



SCOPE OF RETAIL SERVICE

Descripción de Servicios
WALMART DE CENTROAMÉRICA

/ Cobertura en 9 Países

(MX, PAN, CR, GUA, NIC,
SAL, HON CHI, ARG)

/ CAPACIDADES

/ Alcance

Costa Rica: Todos los formatos de Walmart: Más X Menos, Maxi Pali y Pali - 314 tiendas

Nicaragua: Todos los formatos de Walmart: Pali, Maxi Pali y La Unión - 105 Tiendas

Honduras: Servicio en Tegucigalpa y San Pedro Sula: Walmart, Paiz, Maxi Despensa y Despensa familiar - 181 Tiendas

Guatemala: Servicio en Ciudad de Guatemala: Walmart, Paiz, Maxi Despensa y Despensa familiar, Supermercados SUMA, Super del Barrio - 612 Tiendas

El Salvador: Servicio de activación en los 14 departamentos: Super Selectos, Walmart, Despensas Don Juan, Maxi Despensa y Despensa Familiar - 219 Tiendas

/ 1114 Colaboradores



Oficinas Corporativas

MÉXICO

CDMX Insurgentes 1816

PANAMA

PANAMA corregimiento Juan Diaz Panamá

CHILE

Santiago de Chile

ARGENTINA

Buenos Aires

Operación en:

Guatemala

10 calle, 6-48 Zona 9, Oficina 41

Ciudad de Guatemala

Honduras

Ave. Rep de Chile no. 341. Colonia

Palmira,Tegucigalpa

Nicaragua

Planes de Altamira num. 1 km 4,5

carretera a masaya del tip top 1c. s. Managua

Costa rica

Santo Domingo de Heredi, 100 m norte y 100 m

oeste, del Banco Popular, Costa Rica

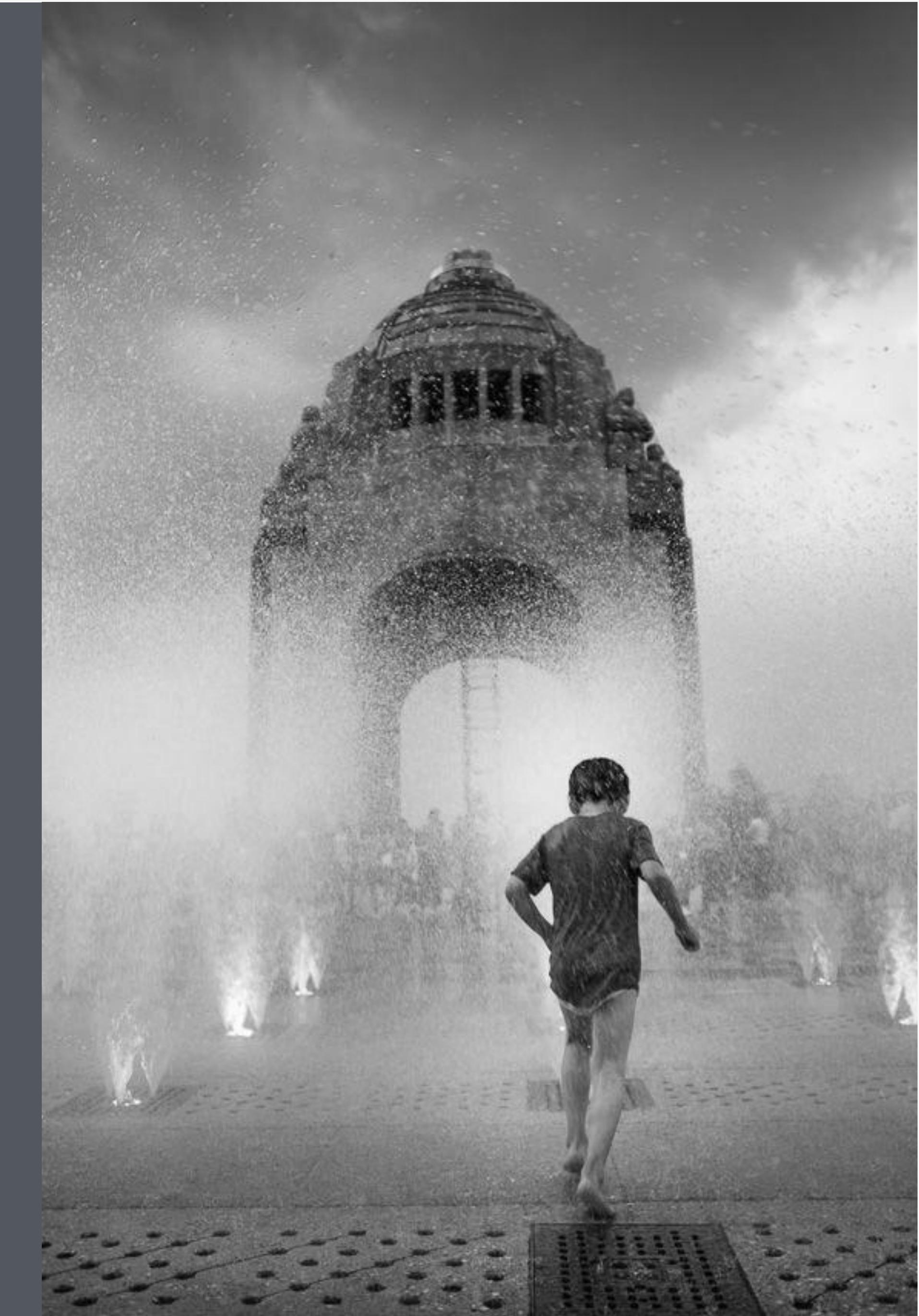
El Salvador

5° Calle Pte. Colonia Escalón,

Edificio Kimax, San Salvador



/ EQUIPO DE SOPORTE MÉXICO





Especializados

Capacidad y estructura
especializada en las
necesidades de Retail



god

Servicios especializados para estrategias de **Retail**

B G O D '25



Marketing
Automation



eCommerce
y Retail
Marketing



eMail y
Whatsapp
Marketing



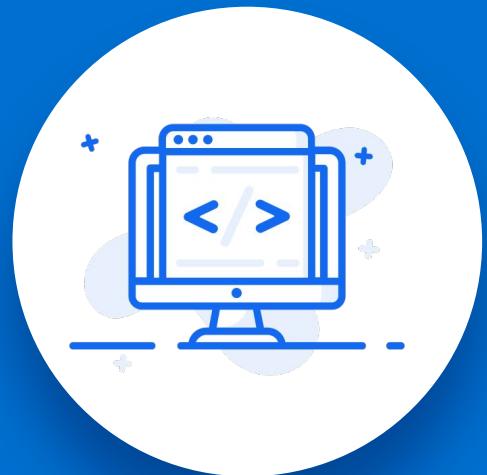
Personal en
PDV



Exhibiciones y
Material POP



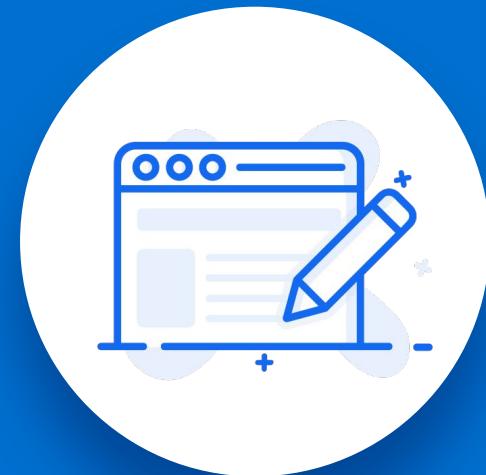
Experiencias
Virtuales



Desarrollo de
Software y
Apps



Estrategias
Promocionales



Contenido
Automatizado



Compra de
Medios

god

SOW

de Servicios sobre
Comunicación Digital y
Entrega de Beneficios

2025





Walmart
Connect
MÉXICO

WMP **Walmart Promo** **2024**

Un desarrollo promocional configurado a medida.
Compuesto por un conjunto de **bloques de servicio y módulos de tecnología** que se complementan entre sí o que pueden ser activados de manera independiente de acuerdo a las necesidades de cada marca

god



Bloques de servicio



WMP

Planeación

Estrategia Creativa

Mecánica / Interacción

Seguridad de Datos

Producción de Comunicación

Difusión Social

Captura de participaciones

Permisos y Legales

Gestión

Validación de participación

Entrega de Premios

Impulso Social Pagado

Reporte

Pago de Impuestos



Gestión completa de la promoción

god

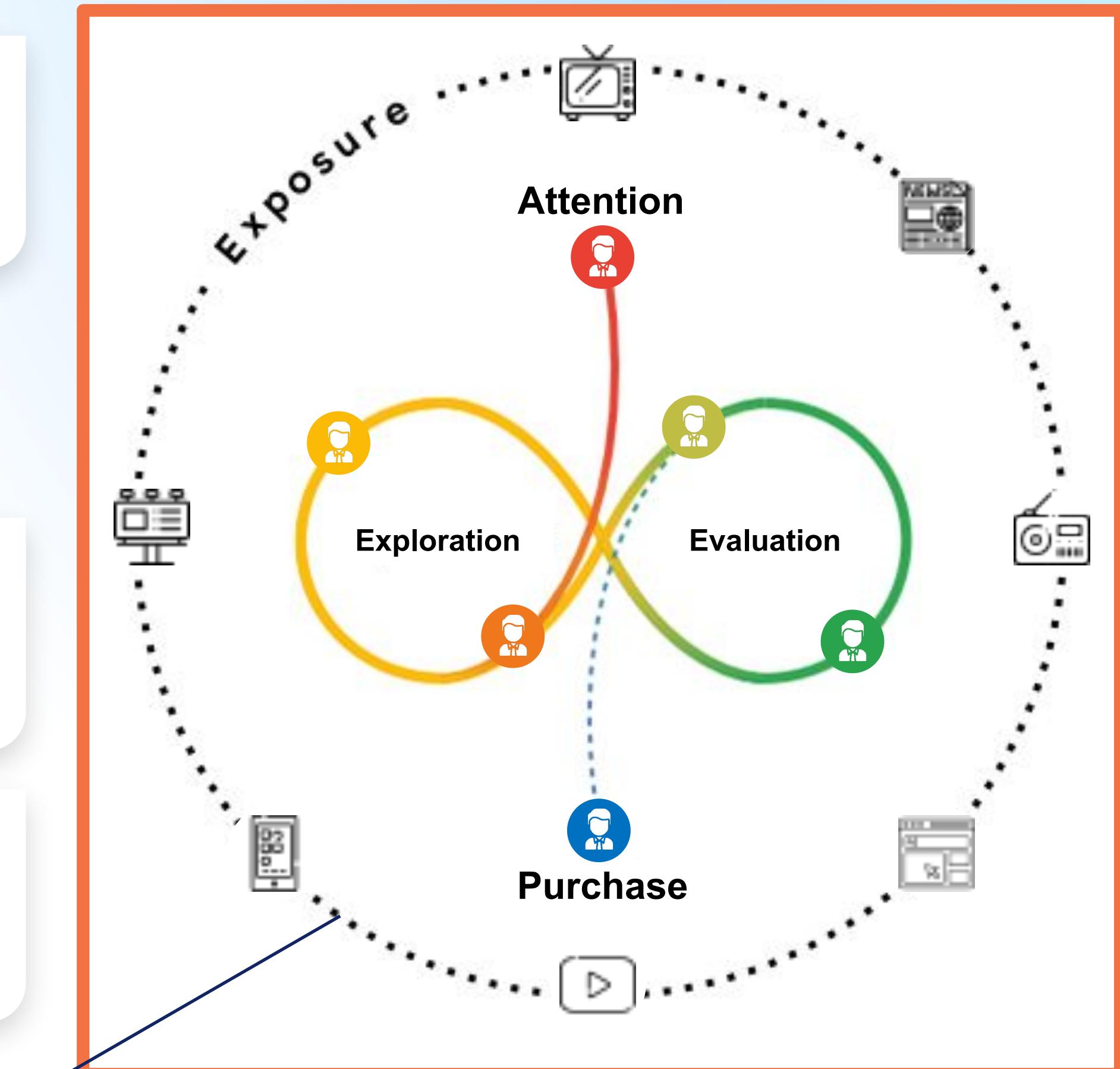


Campaña original o adaptación de promoción a medida de campaña existente

Comunicación para Propiedades de Marca y Propias de Walmart como @DesdeWalmart

Implementación de campañas a medida para promociones en Retail y pauta social

“THE MESSY MIDDLE”





Walmart Connect México

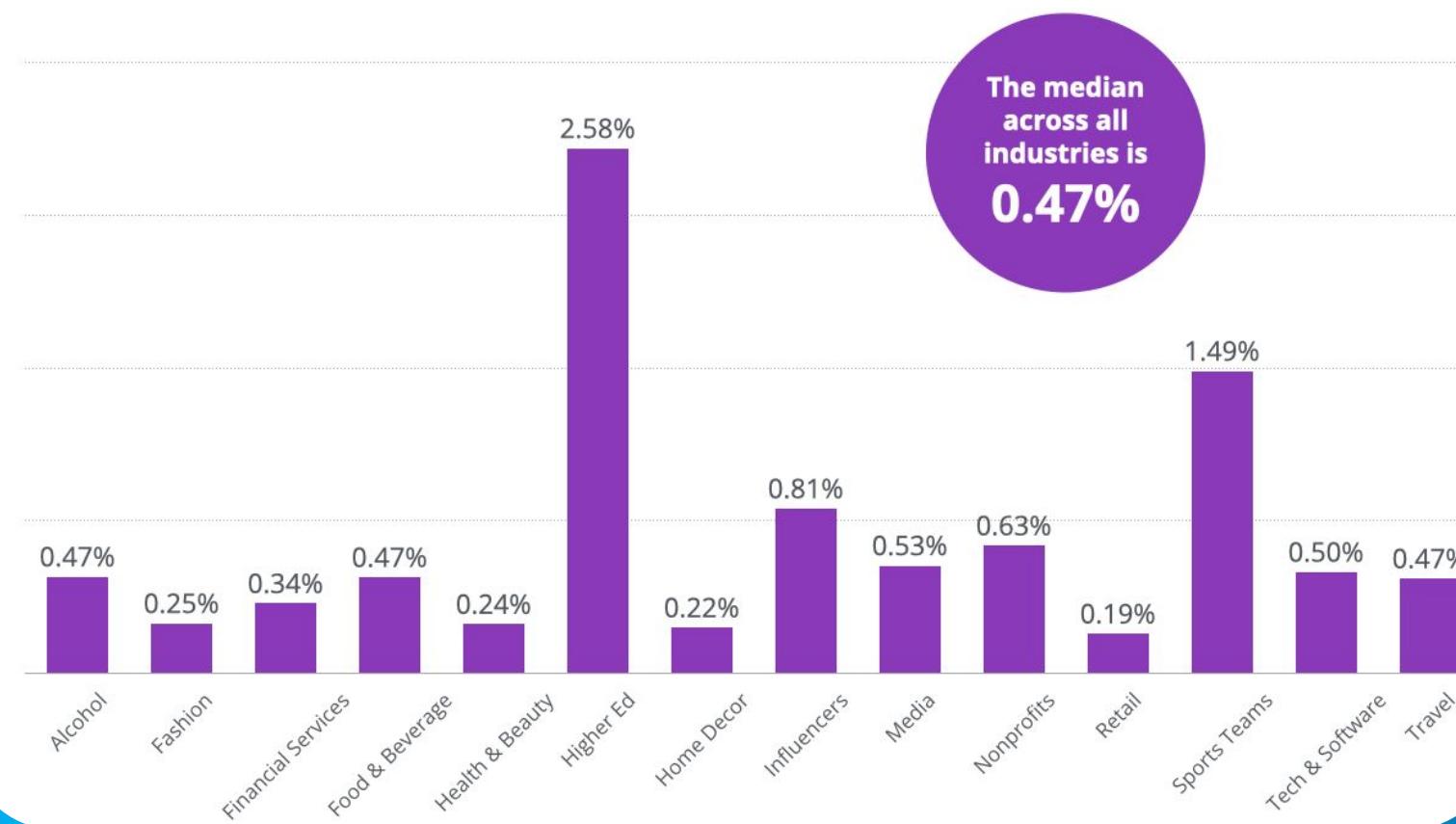
Difusión Orgánica

Alcance mensual promedio: **550,925**

Interacciones promedio: **27,258**

E.R. Promedio: **5.1%**

Engagement rate per post (by follower)



desdewalmart Siguiendo Enviar mensaje +10 ...

1181 publicaciones 90,3 mil seguidores 684 seguidos

Desde Walmart

Comunidad

😎 Aquí te enteras primero que nadie de los mejores hallazgos de Walmart.

🎁 Nos gusta hacer giveaways.

🔗 www.walmart.com.mx/browse/lp-juguetes/hasbro/marvel-classic-hasbro/320068_530014_5

caolluis, holadamemil, just_because y 8 más siguen esta cuenta

PROMOS PROMOS

Coleccio... New

Giveaways

+ Giveaways

Entrena

■ PUBLICACIONES ▶ REELS ✉ ETIQUETADAS

1/4

GIVEAWAY

Primer lugar

The SIMPSONS

1/2

Giveaway

BARBIE VIAJERA

Se sienten super calentitas

FRAZADA DE FLANEL

Flannel Throw

1 Frazada con medidas: 1.60 m x 1.20 m
Composición: 100% poliéster



Mecánica / Interacción

Gestión

Desarrollo de Mecánica de alcance Nacional

Herramienta de registro de participación certificada en Seguridad de Datos



Validación de participaciones

Reporte de participación

NESCAFÉ®

CUMPLE 75 AÑOS ¡Y LOS REGALOS SON PARA TI!

① Compra \$150.00 en productos* Nescafé en Walmart o super.walmart.com.mx

② Registra tu ticket o número de pedido en vivirmejor.mx/75-Aniversario

③ Participa para ganar premios semanales y hasta 1 de los 3 viajes dobles todo incluido a Chiapas, una joya del café.

cashi  

COME BIEN. ©Marcas Registradas usadas bajo licencia de su titular Société des Produits Nestlé S.A., Case Postale 353, 1800 Vevey, Suiza. Válido del 16 de Enero al 26 de Febrero 2023. *Consulta Términos y Condiciones en <https://bit.ly/3QQxSxs> / vivirmejor.mx/75-Aniversario

 Tienda  Web  App  Domicilio  Pickup  WhatsApp

Más marcas y productos en Walmart.com.mx





Soluciones legales y de logística de premios



Experiencias

Viajes y experiencias excepcionales para recompensar la lealtad de tus clientes y generar contenido de usuarios



Rápida Redención

Compra y entrega de códigos-premio para incentivar la compra con procesos efectivos y seguros



Merchandise

Productos útiles y entretenidos para lograr presencia de marca de largo plazo



Premios físicos

Entrega Segura de Premios con la experiencia en la logística y cumplimiento de normativas



Premios de la marca con un costo adicional de logística

Servicio legal para elaboración de bases legales y trámites de la promoción

Pago de impuestos y gestión de acuerdo a normativas vigentes

Permisos y Legales

Validación de participación

Entrega de Premios

god



Seguridad de flujo de información

Landing pages Interactivas





Reporte de Resultados

Reporte



Impresiones

Alcance

Clics

Visitas en el sitio web

Duración

Interacción

- 1 [page_view](#)
- 2 [session_start](#)
- 3 [first_visit](#)
- 4 [user_engagement](#)
- 5 [scroll](#)
- 6 [form_start](#)



Input con costo adicional
1 campo / Interacción

SKU más comprado



Captura de participaciones



Módulos de tecnología

Cada alternativa ofrece diversas posibilidades de interacción y experiencias para los participantes



Página de registro



Participa vía Whatsapp



Filtros interactivos



Render Interactivo



Juegos



Quiz, test y trivias



VR Interactivo



❖ Landings de registro

Micrositios para tu promoción

Características

- Creación de base de datos
- URL personalizada con nombre de tu campaña
- Seguimiento del tráfico y comportamientos de las visitas.

3,000 registros en 2 días

The screenshot shows a registration landing page for a Paw Patrol event. At the top, it says "Regístrate y vive un sinfín de aventuras con la Patrulla Canina". Below this is a large image of three Paw Patrol puppies (Chase, Marshall, and Rubble) sitting on a road next to several vehicles. A blue call-to-action button on the right says "¡Te esperamos!". To the right of the image is a form with fields for "Correo electrónico", "Nombre Completo", and "Teléfono". There are dropdown menus for "Seleccionar fecha" (set to 3 de diciembre) and "Seleccionar horario". A checkbox at the bottom left states: "Al registrarme autorizo a Walmart México y Centroamérica a comunicarse conmigo a través de correo electrónico, teléfono móvil o cualquier otra forma de comunicación digital sujeta a disponibilidad." A blue "ENVIAR" button is at the bottom right. In the top right corner of the slide, there is a circular icon containing a computer monitor with a user profile icon on its screen.



★ Landings de registro

Módulos adicionales



Whatsapp

Solicita los teléfonos de tus participantes

y mantén comunicación con ellos durante y después de la dinámica.

Recuérdales sobre las fechas de tu dinámica, generar votos, generar puntos, notificarles si fueron ganadores.

O sobre alguna actualización en los legales o en la dinámica.



Mailing

Adquiere paquetes de 5, 10 o 15 correos para enviar a tus participantes durante su participación.

Puedes usarlos como recordatorios, para enviar información de tu producto por el cual están participando o sobre promociones.

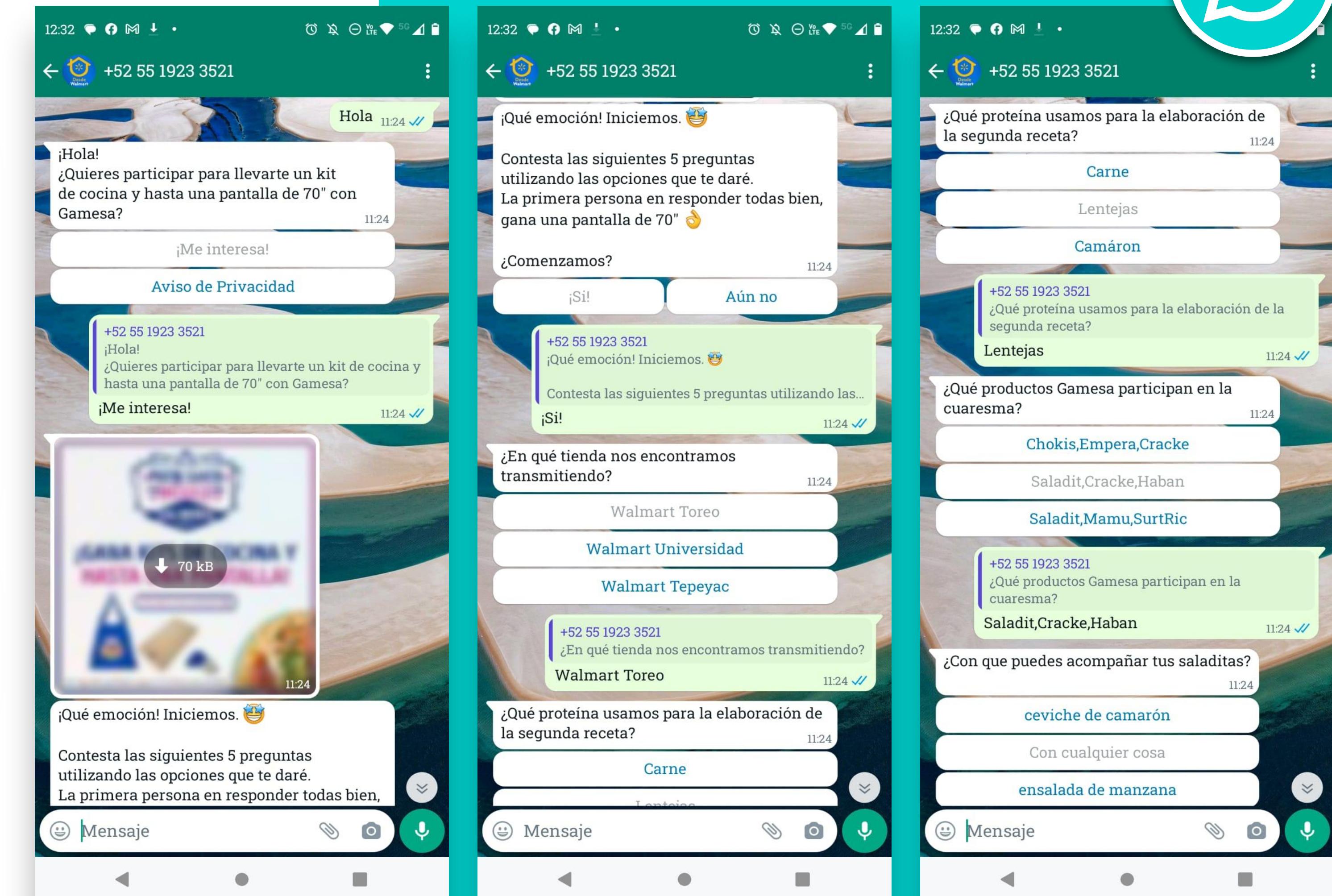


★ Registro vía Whatsapp

Chatbot para tomar registros

Programamos un chatbot para tomar registro de tus clientes vía Whatsapp, esto te permitirá tener una línea de WA para tu promoción y optimizar los registros de tu dinámica.

Propuestas de medios importantes que podremos implementar



Experiencias Interactivas



Crea escenarios y momentos
inmersivos con tus productos

Prueba CuaresmAR Tuny

La nueva herramienta de **realidad aumentada** que te muestra recetas imperdibles

1) Entra a
vivirmejor.mx/cuaresmar-tuny

2) Apunta tu cámara a un producto Tuny

3) ¡Sorpréndete con recetas especializadas!

Dany
SI PUEDES IMAGINARLO,
PUEDES CREARLO
Responde tres preguntas y descubre
tu escenario loco de Dany

Danette
MOMENTO DANETTE
Desciframos tu momento Danette de
acuerdo a tu personalidad

Danonino
ORÁCULO DANONINO
Responde el quiz y descubre el
mensaje de tu niño interior

m&m's
LLUMA DE M&M'S
Pon a prueba tus habilidades



❖ Experiencias Interactivas de Campaña 360

Al utilizar recursos como **Realidad Aumentada e Indoor Mapping** logramos complementar campañas 360 que ofrecen una experiencia de compra mejorada con **interactividad, personalización y contenido multimedia**.





★ Experiencias AR

Mejora campañas al ofrecer **experiencias interactivas y personalizadas**, dentro y fuera del punto de venta.



god

SOW

Servicios sobre Comunicación
en Punto de Venta

2025



/ ACCIONES ESPECIALIZADAS

PDV

Colocación de material de exhibición.

(danglers, habladores, gráficas de piso, cenefas, etc).

Vestimenta de espacios de venta en tienda.

Montaje de espacios exteriores

Renta de herramientas de activación

(música, sonido estacionario, iluminación y ambientación de espacios en audio y video)

Personal para activación de promociones y eventos de Retailtainment

Personal para promotoria de producto

Colación de assets de Branding

Radio en PDV (Nic)

Activación de cupones en PDV

Producción de material impreso

OOH

Volanteo y Perifoneo

Geofencing físico (Contratación de OOH cercano a PDV)

PR Local y activación a través de Influencers Locales

Pauta en Radio y Televisión Local

/ DESARROLLO





-Millones de compradores alcanzados con experiencias de marca orientadas a todo tipo de perfiles, intereses y comportamientos.

-Más de 50 marcas beneficiadas en 2 años con incrementos en ventas e interacciones.

-Cientos de miles de recompensas para los compradores participantes, desde Cashback, hasta premios en especie, experiencias y viajes.



god

NESCAFÉ.

Cumple tus propósitos con NESCAFÉ® y gana increíbles premios

Comenzar a participar

→ Ver historias

Viaje todo pagado VIP
Viaje todo pagado y actividades VIP
Tour gastronomico VIP
Saldo de \$50,000 en cashi

SCJohnson

mabe

pledge PREMIA TU AMOR

1. Compra
Productos pledge en Walmart y Walmart Express

2. Registra
Tu ticket de compra en <https://vivirmejor.mx/pledge-premia-tu-amor/>

3. Participa
Para ganar 1 de los 10 frigoríficos que Pledge y Mabe tienen para ti.
Los participantes con más registros ganan.

Nuevo usuario Subir Ticket

Correo electrónico
Nombre completo
Teléfono
Subir Ticket
Seleccionar archivo Sin archivos seleccionados

Acepto el [Aviso de Privacidad y Términos y Condiciones](#)

Registrar

Walmart

GANÁ ESTE VERANO CON DANONE®

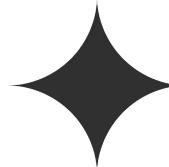
Mecánica Productos Ganadores Participar

Participa por premios semanales* o por uno de los 3 grandes premios**

*Pases VIP para Cine ó Asador portátil ó Hielera portátil.
**Tarjeta de regalo Viva Aerobus de \$3,000.00 + audífonos inalámbricos + Drone.

- Propuestas de proyectos ágiles
- Mobile first y centrados en el usuario
- Privilegiamos la oportunidad de venta
- Enfocados en lograr la interacción objetivo

god



Retos Técnicos:

Comprendión del Negocio para desarrollar un sitio responsivo que reutilizara componentes y mantuviera siempre un código limpio y escalable.

Desarrollo de Productos Dinámicos, configurables, y gestionables desde un archivo JSON, asegurando flexibilidad y facilidad de actualización.

Velocidad y rendimiento: Carga rápida para mejorar la experiencia del usuario y el SEO.

Gestión de contenido fácil: CMS personalizados para actualizaciones rápidas.

Retos de Integración:

Compatibilidad y Responsividad en distintos dispositivos y navegadores.

Adaptación a Nuevos Requerimientos durante el desarrollo del sitio.

Walmart Connect

Los medios y las soluciones ideales para tu estrategia

POS Ads Digital Ads

Todos Medios Impresos Medios Digitales

Estás consultan

Alarms

Disponibilidad: ● ● ● ● ●

Fundas que cubren las alarmas antirrobo situadas en la entrada y salida de las ...

Coneo más

Cenefa

Disponibilidad: ● ● ● ● ●

Medio publicitario colocado en anaquele frente a los productos para destacar sus principales ...

Coneo más

Lateral de cabecera

Disponibilidad: ● ● ● ● ●

Comunicación de marca que viste los laterales de una cabecera. Informa sobre ...

Coneo más

Walmart Connect Centroamérica

Walmart Connect CAM

Conexión al siguiente nivel

Tu marca está en buenas manos con nosotros

+60 Medios

● ● ● ● ● ●

POS Ads Digital Ads

El medio de comunicación más cercano a la decisión de compra

● 99% De ventas en nuestras tiendas ● 1M De clientes diarios en tienda

● 31M Transacciones mensuales ● +900 Tiendas en Centroamérica

Walmart Connect

Insights Con Walmart Connect | Nuevos espacios publ

Omnicanal

Somos el negocio de Retail Media Omnipresente de Walmart de México y Centroamérica.

Creamos conexiones significativas entre tu marca y los millones de clientes de Walmart. Empieza a incrementar tus ventas con el retail media omnicanal más relevante de México.

Explora nuestras soluciones Omnipresente

Nuestros diferenciadores

● Omnipresente ● First Party Data ● Full Funnel ● Brand Safety ● Attribution

Coneo más de Walmart Connect

Un Retail Media Omnipresente como ningún otro

Dale omnicanalidad a tu marca a través de nuestra oferta de soluciones publicitarias

+80 Medios

● ● ● ● ● ●

● POS Ads ● Digital Ads

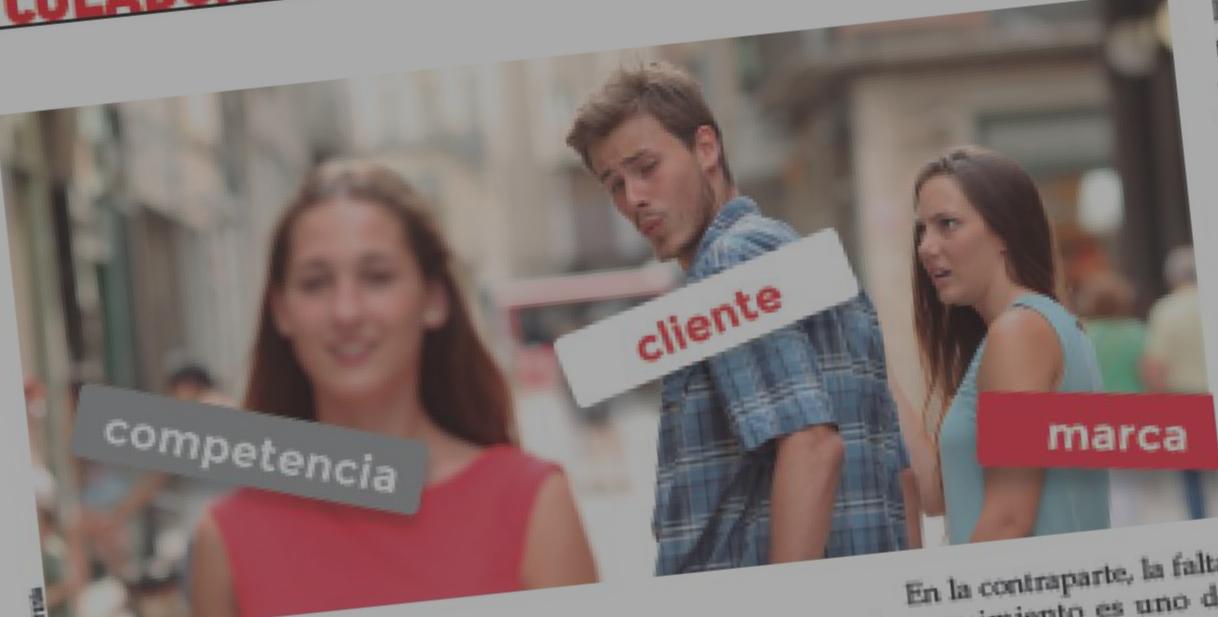
Nuestros medios en tienda impactan a los clientes en el momento de decisión de compra

good

Walmart Benefits Strategic Journey



COLABORACIÓN ESPECIAL



Retener al cliente y hacer crecer su lifetime value

El desafío del marketing moderno es retener un cliente de cualquier negocio, sólo así crecer se vuelve más natural y la relación pasa a convertirse en una colaboración real de largo plazo.

La retención de clientes es un desafío que se aborda a partir del desarrollo de estrategias comunicacionales, que conduzcan al mejoramiento de las relaciones por medio de la comunicación y el buen servicio.

El proceso debe comenzar por conocer a fondo las

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

COSTOS

- Puede costar de 5 a 25 veces más invertir en estrategias de adquisición en comparación con las estrategias de retención.
- Retener un 5 por ciento de clientes, aumenta entre 25 y 95 por ciento las ganancias.

36 | JULIO 2018

“Así bien, el rol de GOD para nosotros es el de ser un brazo ejecutor, es el más relevante en términos de comunicación personalizada y dirigida...”

la información sobre los clientes y que sirve para entender e identificar comportamientos clave para el negocio.

Las estrategias de Relationship Marketing son medibles en tiempo real. Se adaptan a cada tipo de negocio, tanto para venta de productos, como de servicios y ofrecen la posibilidad de prever los resultados observando los indicadores relevantes para cada empresa e industria.

El verdadero fin de una buena estrategia de Relationship Marketing busca convertir la relación con el cliente en una gran experiencia que lo haga sentir que desea interactuar más, lográndolo a través de la calidad en el servicio, la precisión en la personalización y la versatilidad en la generación de contenido adecuado. ■

Asimismo, la idea central de la retención de la clientela es crear un Customer Journey, que es básicamente todo el camino recorrido en la relación Cliente-Usuario. Dicho camino es soportado por herramientas de comunicación que lo acompañan durante todo el proceso, como la construcción de estrategias, argumentos y tecnologías que colaboran en la eficiencia de la

necesidades de cada uno de sus clientes, para "ofrecer soluciones que trasciendan a través del tiempo y que tengan como finalidad a largo plazo".



<https://enretencion.bodegad.com>
¿Sabes cómo te estás relacionando con tus clientes? Descúbrelo a través de este cuestionario.



en la relación de la clientela con la marca y la competencia.

En la contraparte, la falta de seguimiento es uno de los factores principales por los que gran cantidad de las ventas realizadas de una tirarse en customer lifetime value (CLV); este principio mercadológico toma en consideración el valor de un cliente a través de la relación que mantiene con dicha empresa a lo largo del tiempo.

Este cambio de comportamiento del socio, el director detalla que está relacionado con el contenido y ofertas que se le muestran al cliente, con el objetivo de ampliar su canasta de compras, acelerar sus visitas, etc. "Buscamos un cambio que favoreza su engagement con nuestra marca", dice.

A este proceso se le debe añadir siempre la relevancia y lealtad, es decir, cómo una marca se vuelve más importante para un cliente. En este paso intervienen la data, que ayuda a segmentar y catalogar las preferencias de cada socio, para que se le comparta el contenido adecuado.

"Lo más importante es centrarse en el cliente, por esta razón se logra conociendo, en nuestro caso, el patrón de compra de cada socio, por esta razón las membresías son una ventaja abismal, gracias a nuestra tecnología de recolección de data".

La labor de God para Sam's Club es fundamental. "Nos ayuda principalmente con la ejecución de las estrategias de conexión emocional más allá de la conexión por datos. Además en asuntos de innovación tecnológica también nos da engagement con los clientes, siempre a partir de estrategias innovadoras de comunicación", finaliza el director.

MAURICIO CAMPOS
DIRECTOR Y SOCIO DE GOD

"Este principio, el del acercamiento oportuno y de calidad entre las marcas y sus consumidores, no es nada nuevo en el mundo del marketing. Desde que comenzamos a estudiar se nos enseña que hay que satisfacer las necesidades del cliente, todos repetimos ese discurso desde que tomamos contacto con esta profesión, pero son muy pocas las empresas que realmente lo aplican".

Hoy, gracias a la tecnología, a la creación de metodologías claras, a la automatización de procesos y sobre todo a que las empresas pioneras han recausado su enfoque de negocio a "PEOPLE FIRST" (primero las personas) se han puesto en marcha mecanismos en las empresas en donde se buscan especialistas real a la información y su estructura, incluso creando equipos de trabajo inhouse de las empresas en donde se toman decisiones claves para priorizar iniciativas para que los "clientes" sean realmente cuidados, atendidos y valorados". Porque al final de cuentas, un cliente feliz, es un cliente que vuelve y recomienda.

LUCAS FREITAS
DIRECTOR DE MEMBRESÍAS Y CRM SAM'S CLUB

El objetivo siempre será conectar con el cliente. El primer reto para un club de precio es educacional, puesto en que muchas ocasiones se cree que el modelo de negocio es igualdad de las tiendas de autoservicio. Después generar una acción a partir del relacionamiento, y crear un cambio de comportamiento en el socio, asimismo de esta manera explicar el valor de su dinero.

Este cambio de comportamiento del socio, el director detalla que está relacionado con el contenido y ofertas que se le muestran al cliente, con el objetivo de ampliar su canasta de compras, acelerar sus visitas, etc. "Buscamos un cambio que favoreza su engagement con nuestra marca", dice.

A este proceso se le debe añadir siempre la relevancia y lealtad, es decir, cómo una marca se vuelve más importante para un cliente. En este paso intervienen la data, que ayuda a segmentar y catalogar las preferencias de cada socio, para que se le comparta el contenido adecuado.

"Lo más importante es centrarse en el cliente, por esta razón se logra conociendo, en nuestro caso, el patrón de compra de cada socio, por esta razón las membresías son una ventaja abismal, gracias a nuestra tecnología de recolección de data".

La labor de God para Sam's Club es fundamental. "Nos ayuda principalmente con la ejecución de las estrategias de conexión emocional más allá de la conexión por datos. Además en asuntos de innovación tecnológica también nos da engagement con los clientes, siempre a partir de estrategias innovadoras de comunicación", finaliza el director.

HÉCTOR QUINTANILLA
DIRECTOR DE MARKETING SAM'S CLUB

Primero, por medio de la propuesta comercial y comunicación que brindan como negocio, brindan a los socios soluciones de valor para mejorar cuáles son las necesidades de un club de precio.

"Nuestro mayor valor está en los productos. Queremos hacer que los socios sepan que le damos valor a su dinero, además todo el tiempo aportan sorpresas adicionales a nuestro cliente para que el valor de la misma sea muy alto".

Héctor detalla que han mejorado sus índices de renovación a base del conocimiento específico del comportamiento de compra de sus clientes. Aprovechar dicha data es fundamental para el crecimiento y la generación de campañas por medio del membership relationship management (MRM) con el que proporcionan información relacionada con el comportamiento de compra.

De acuerdo al director de mercadotecnia, considera que el futuro para las empresas se transforme al una experiencia sin摩擦es y unificada.

"Así bien, el rol de God para nosotros es el de ser un brazo ejecutor, es el más relevante en términos de comunicación personalizada y dirigida, además de apoyarnos en la ejecución del MRM. Han entendido muy bien las necesidades del negocio, la velocidad del retail, la planificación requerida por nosotros, y finalmente la rapidez con la que debemos reaccionar ante cualquier situación".

JULIO 2018 | 37

Merca2.0

Héctor Quintanilla
Director de Oficina de Clientes
de Grupo Walmart

mercadotecniapublicidadmedios
Merca2.0®

Lucas Freitas
Director de Bodega Aurrerá

god

Experiencia con Walmart



2012

Marketing

Sam's Club

2014

IES

Sam's Club

2015

MRM

Sam's Club

2018

CRM
Walmart.com
Superama

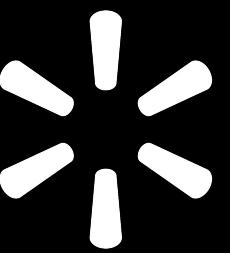
2021

Estrategia y
Promociones
Walmart Connect

2024

Beneficios
Walmart

Partner del Retailer más
importante de México



god

• Gracias

✉ contacto@holagod.com

🌐 holagod.com

México

Mauricio Campos

✉ mauc@holagod.com

Centroamerica

✉ garridor@b-god.com

✉ b-god@holagod.com

Argentina

Jeremías Álvarez

✉ jeremiasa@holagod.com

México | Argentina | Chile

Panamá | El Salvador | Nicaragua | Costa Rica | Guatemala | Honduras

