

*Flash*led:

RETAIL MEDIA

Transformando o ponto de venda.
em uma plataforma de mídia e
novas oportunidades de receita.

FLASHLED

Tecnologia e estratégia para conectar
varejo, marcas e consumidores.



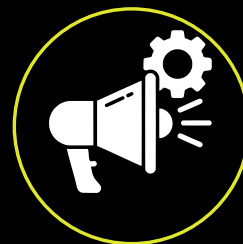
O CONSUMIDOR JÁ ESTÁ AQUI

O supermercado reúne diariamente consumidores, marcas e decisões de compra.

O PONTO DE VENDA JÁ POSSUI ATIVOS IMPORTANTES:



Fluxo de consumidores.



Espaços estratégicos de comunicação.



Relacionamento com marcas e fornecedores.



Painéis e canais de comunicação.



O VAREJO TAMBÉM PODE SER UM **CANAL DE MÍDIA**

Retail Media é o uso dos canais do varejista para oferecer oportunidades de publicidade às marcas.

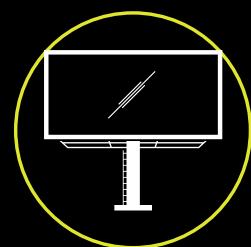
Na loja física, os painéis de LED aproximam a comunicação das marcas do momento da compra.

O varejista transforma sua audiência e seus espaços em oportunidades comerciais para anunciantes.



A MÍDIA ESTÁ ONDE O SHOPPER ESTÁ

RETAIL MEDIA IN-STORE



Painéis de LED em pontos estratégicos.



Ofertas, campanhas promocionais e marcas.



Publicidade de fornecedores e anunciantes.

Os painéis de LED modernizam a comunicação do supermercado e aproximam marcas e consumidores no momento da compra.

Além de comunicar, podem abrir novas oportunidades comerciais com **Retail Media**.



A marca encontra o consumidor no **contexto da compra.**

O ponto de venda reúne três elementos estratégicos:



AUDIÊNCIA

Pessoas circulando pela loja.



CONTEXTO

Produtos, categorias e necessidades de consumo.



MOMENTO

O consumidor está percorrendo sua jornada de compra.

Essa combinação cria oportunidades para apresentar marcas, destacar produtos e aproximar a comunicação do momento de decisão.

A comunicação passa a fazer parte da experiência de compra.



DE CANAL DE COMUNICAÇÃO A ATIVO DE MÍDIA.

Hoje | Comunicação Própria

- Ofertas da loja.
- Campanhas promocionais.
- Comunicação institucional.
- Informações para o consumidor.

Novas Possibilidades | **Retail Media**

- Campanhas de marcas e fornecedores.
- Lançamentos de produtos.
- Ações promocionais de anunciantes.
- Campanhas sazonais.
- Oportunidades comerciais para o varejista.

O **Retail Media** amplia o uso do painel sem substituir sua função original.



RETAIL MEDIA COMEÇA COM ESTRATÉGIA

A Flashled estrutura o diagnóstico a partir de cinco dimensões:



LOCAL

Onde está o espaço de mídia?

PÚBLICO

Quem frequenta o estabelecimento?

FLUXO

Como os consumidores circulam?

AMBIENTE

Como é a visibilidade do espaço?

OPORTUNIDADE

Quais marcas, categorias e campanhas podem ter aderência?

Para transformar um espaço em uma oportunidade comercial, é preciso compreender seu potencial.

ONDE ESTÁ A ATENÇÃO DO SHOPPER?

MAPEAMENTO DOS ESPAÇOS

Entradas, checkout, corredores, açougue, hortifruti, padaria, estacionamento e áreas de espera

ANÁLISE DO PÚBLICO E DO FLUXO

Perfil do shopper, frequência de compra, horários de pico e tempo de exposição.

AVALIAÇÃO DO AMBIENTE

Visibilidade, distância, ângulo, posicionamento do painel e concorrência visual.

Resultado: identificação dos espaços com potencial para se transformar em oportunidades de mídia.



Cada espaço precisa de uma **estratégia comercial.**

O diagnóstico orienta as oportunidades conforme o público, o ambiente da loja e o mix de produtos.

O que vamos definir?

- Espaços que podem ser comercializados.
- Marcas e categorias com aderência.
- Formatos, períodos e horários das campanhas.
- Organização do inventário de mídia.
- Condições comerciais.

O objetivo é transformar **espaços físicos** em produtos de mídia com uma proposta comercial clara.



O CONTEXTO DEFINE A OPORTUNIDADE

ENTRADA DA LOJA

Alto impacto visual, campanhas institucionais, lançamentos e ações sazonais.



CHECKOUT

Comunicação de produtos de impulso, programas de fidelidade, cartões e aplicativos.



CORREDORES

Campanhas de alimentos, bebidas, higiene, limpeza e outras categorias de consumo.



PONTOS QUENTES

Espaços próximos a áreas estratégicas e produtos relevantes para a jornada de compra.



A LOCALIZAÇÃO, O PÚBLICO E O CONTEXTO ORIENTAM A CONSTRUÇÃO DE CADA OPORTUNIDADE DE MÍDIA.

UMA OPORTUNIDADE PRECISA VIRAR UM PRODUTO COMERCIAL

A Flashled estrutura possibilidades de comercialização conforme o inventário disponível e a **estratégia** definida para cada varejista.

PLANO OURO



Uma proposta de maior abrangência e relacionamento comercial.

PLANO PRATA



Uma alternativa intermediária de exposição e duração.

PLANO BRONZE



Uma opção de entrada para campanhas de mídia.

PLANO SAZONAL



Oportunidades vinculadas a datas e períodos estratégicos do varejo.

PLANO AVULSO



Contratação pontual de espaço ou campanha

Os formatos, períodos, entregas e valores serão definidos conforme o projeto e as condições comerciais aprovadas.

Apresente o **potencial** da sua loja às marcas

O Mídia Kit reúne as informações necessárias para transformar as oportunidades do ponto de venda em uma proposta comercial estruturada.

O que ele apresenta?

- História e posicionamento do varejista.
- Estrutura e localização das lojas.
- Potencial do ponto de venda.
- Perfil e hábitos do shopper.
- Canais e espaços de mídia disponíveis.
- Calendário comercial e oportunidades sazonais.
- Planos e condições comerciais

Uma ferramenta para apresentar, valorizar e comercializar as oportunidades de mídia do varejo.

**MÍDIA KIT
2026**

**SUPERMERCADO
CONNECT**



Quem **pode** anunciar?

INDÚSTRIAS E MARCAS

Campanhas de produto, lançamentos e ações promocionais.

FORNECEDORES E DISTRIBUIDORES

Destaque de portfólio, presença de marca e campanhas comerciais.

SERVIÇOS E EMPRESAS

Comunicação de serviços e ofertas para públicos presentes no varejo.

NEGÓCIOS LOCAIS

Reconhecimento regional, divulgação de serviços e atração de clientes.



Relacionamentos existentes podem abrir **novas** **oportunidades.**

O supermercado já mantém contato com fornecedores, distribuidores e indústrias que investem em marketing e ações comerciais.

Com uma estratégia estruturada e um material comercial profissional, a FlashLed ajuda o varejista a transformar esses relacionamentos em oportunidades de Retail Media.

Comprador conhece os fornecedores.

Varejista conhece seu público.

Retail Media conecta marcas e consumidores.

Retail Media: novos formatos de exposição, novas oportunidades comerciais.



Da análise à comercialização



01. DIAGNÓSTICO



Identificamos os espaços e o potencial de mídia do varejista.

02. ESTRATÉGIA DE MONETIZAÇÃO



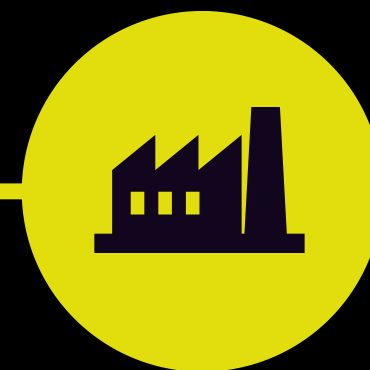
Definimos oportunidades, formatos e possibilidades comerciais.

03. MÍDIA KIT



Organizamos as informações em uma ferramenta de apresentação às marcas.

04. ORIENTAÇÃO COMERCIAL



Estruturamos a abordagem e a preparação do time para vender mídia.

05. PROCESSO COMERCIAL



Apoiamos a jornada de identificação de anunciantes, apresentação, proposta e contratação.

SEU PONTO DE VENDA PODE IR ALÉM

Destaque suas ofertas, valorize suas marcas e descubra novas possibilidades comerciais com **Retail Media**.

VAMOS CONSTRUIR ESSA OPORTUNIDADE JUNTOS?

flashled

📞 (31) 99497-7361

🌐 flashled.com.br

