



DIGITAL SIGNAGE NA KAŻDYM KROKU

PRZEMYSŁAW KUCHARZEWSKI

Digital Signage jest stosunkowo młodą rodziną rozwiązań komunikacji cyfrowej. Jego zastosowanie zaobserwujemy w przeróżnych obiektach dostępne dla szerokiego spektrum odbiorców – począwszy od lotnisk, hoteli, dworców kolejowych, komunikacji miejskiej, sądów czy też w sieciach handlowych, usługowych, restauracjach – choć najczęściej są to fast foody.

Czym różni się system Digital Signage od standardowych metod przekazu?

Przede wszystkim jest dynamiczny i zazwyczaj interaktywny. Dzięki systemom Digital Signage (dalej stosować będę skrót – DS) można realizować dynamiczny przekaz informacji, kampanii reklamowych albo też jest to środek kontaktów z pracownikami czy kontrahentami.

Wyobraźmy sobie menu w lokalu typu fast food albo repertuar w kinie – do niedawna były to wymalowane, wyklejone tablice ze spisem potraw albo wydrukowana lista terminów i tytułów filmów. W przypadku analogowego przekazu występowały dwa problemy – każda zmiana wymagała ingerencji fizycznej w nośnik reklamowy oraz był po prostu nudny – bo była to lista potraw albo lista filmów bez jakiegokolwiek animacji. W przypadku systemu DS możemy ten przekaz ożywić – menu może się zmieniać w zależności od pory dnia, można dynamicznie zmieniać cenę, można do tego wprowadzać nowe pozycje. Co istotne – jeśli mamy sieć restauracji zmiany mogą dokonywać się globalnie – we wszystkich placówkach w mieście czy też kraju, czy też na kontynencie!

A co do kina – dużo bardziej zwraca naszą uwagę repertuar przeplatany np. trilerami poszczególnych pozycji. Repertuar może zmieniać się w zależności od godziny – bo kogo interesuje seans o 12:00 kiedy mamy godzinę 16:00?

Na pewno spotkaliście się z monitorami LCD czy LED w placówkach handlowych – począwszy od globalnych sieci handlowych po nasze rodzime salony – na pewno zwróciliście też uwagę na to, że na tych ekranach wyświetlają się reklamy produktów czy usług dostępnych w danej placówce, nierzadko przeplatane informacjami ze świata czy też prognozą pogody. Przekaz taki jest dużo łatwiej akceptowalny i przyswajalny przez odbiorcę.

Pokrewnymi rozwiązaniami są systemy rezerwacji sal konferencyjnych wraz z terminalami czy systemy wyświetlające odbywające wydarzenia w poszczególnych lokalach (np. rozprawy w sądach czy też konferencje w salach hoteli).

To tylko wstęp do zastosowań systemów Digital Signage. Istnieją technologie pozwalające na pełną interaktywność przekazu reklamowego. Całkiem z powodzeniem istnieją systemy DS połączone z IoT, które monitorują Wasze zachowania



Mikołaj Bobiński, Head of Sales IT/Enterprise, Samsung Electronics Polska

Rozwiązania digital signage sprawdzają się wszędzie tam, gdzie mamy do przekazania jakąś informację i chcemy dotrzeć do konsumenta w atrakcyjny i nowoczesny sposób, który powoli staje się standardem w komunikacji outdoor i indoor. Znajdują one zastosowanie praktycznie we wszystkich branżach m.in. na lotniskach, w hotelach, w salonach samochodowych, w przestrzeni miejskiej (przystanki, kioski ruchu), restauracjach czy urzędach. Koncepcja digital signage rozwijana m.in. przez Samsunga to nie tylko zaawansowane wyświetlacze, lecz cały ekosystem, na który składa się oprogramowanie do zarządzania nimi i urządzenia peryferyjne. Wykorzystanie czujników i sensorów pozwala m.in. na interakcję z klientem na wzór tej spotykanej w świecie wirtualnym. Dzięki temu dostajemy do rąk takie narzędzia, jak reklama podążająca, zaawansowana analityka, mapy ciepła czy audience measurement. Ciekawym przykładem wykorzystania rozwiązań z obszaru digital signage jest tzw. „Triggering”. Kamera sprzężona z odpowiednim oprogramowaniem i systemem business intelligence, na bieżąco monitoruje i analizuje, z jakim produktem klient wszedł w interakcję. Pozwala to na automatyczne wyświetlanie na ekranie informacji na temat danego przedmiotu i zbieranie danych o zachowaniu klienta.



Cyprian Dominiak, Dyrektor AV i DS w Statim Integrator

Rynek Digital Signage to jedna z najszybciej rozwijających się branż w zakresie nowych technologii. Ma szerokie zastosowanie wszędzie tam, gdzie istnieje konieczność szybkiej komunikacji z klientem, przekazania treści informacyjno-reklamowych w sposób atrakcyjny i niebanalny. Statim jako jeden z nielicznych integratorów łączący technologie IT, Audio-Video i Digital Signage jest w stanie zrealizować nawet najbardziej wymagające projekty i instalacje. Dzięki połączeniu wszystkich technologii nasze rozwiązania DS znajdują szerokie zastosowanie, m.in. w branży retail, bankach, biurach, a także w innych miejscach użyteczności publicznej – dworcach, lotniskach czy restauracjach.

Wysoka jakość naszych integracji spowodowała również duży popyt na projekty w sektorze komercyjnym (SMB/Midmarket), czego dowodem są liczne wdrożenia u naszych stałych klientów z wyżej wspomnianych segmentów biznesu.

Ponadto, podążając za najnowszymi trendami wprowadziliśmy na rynek wielkoformatowe ekrany LED pod marką xLEDpro, które dzięki najwyższej jakości i modułowej budowie nadają nowy wymiar komunikacji Digital Signage.

w przykładowym sklepie ze sprzętem AGD – jak? Otóż zatrzymując się przy przysłowiowej półce z ekspresami do kawy „wielki brat” jest w stanie taki fakt zarejestrować i wyświetlić w innym miejscu reklamę dokładnie tego ekspresu do kawy, który Was zainteresował albo dokładnie tego ekspresu, którego promocję opłacił producent. Albo też zaprezentować środek do czyszczenia ekspresu ciśnieniowego. Scenariusze możecie sobie dalej pisać. Możliwe jest (prawie) wszystko.

Mało? Systemy pozwalają na rozpoznawanie płci i wieku osób, które odwiedzają placówkę handlową i potrafią dostosować przekaz do odbiorców. Wyobraźcie sobie sytuację w hipermarkecie, w którym system rejestruje wizytę matki z dzieckiem – dziewczynką o wzroście 102 cm i wyświetli reklamę lalki Barbi. Czyż nie jest to spełnienie marzeń wszystkich marketingowców i sprzedawców?

Na pewno czasem chodźcie do McDonald'sa. Ja niestety czasem tak, wiem, że to niezdrowe, ale po prostu lubię. No i od razu mam motywatora, żeby pobiegać wieczorem. Od jakiegoś czasu możecie zamawiać jedzenie za pomocą interaktywnego systemu bez stania w kolejce do kasy. Możecie to zamówienie modyfikować, zapłacić i czekać na odbiór. Nie wiem jak Wam – ale mi taka opcja bardzo się podoba.

Z czego zbudowany jest system digital signage?

Zacznijmy od urządzeń wyświetlających przekaz – mogą to być pojedyncze monitory LCD/LED czy plazmowe, mogą być ustawione we „ścianki” łączące 6, 9, 12 czy więcej monitorów. Mogą to być też projektor. Każde z urządzeń połączone jest z odtwarzaczem (z angielską playerem - albo takowy komputer wbudowany jest w sam monitor) – element odpowiedzialny za emisję treści na tym urządzeniu czy urządzeniach. Monitory wykorzystywane w systemach DS. to monitory specjalizowane do wyświetlania treści 24h na dobę i dające odpowiednią jakość obrazu. Niestety często firmy ograniczają koszty zakupu takich wyświetlaczy co mści się krótszą żywotnością urządzeń i słabszą jakością wyświetlanego obrazu.

Bardzo często system DS wzbogacony jest o infokioski spotykane np. już we wspomnianym McDonaldzie czy w galeriach handlowych, które są interaktywne i wyświetlają treść zależną od

akcji odbiorcy (czy to celową czy niecelową, to już pozostaje w gestii autora przekazu). Wszystkie te elementy połączone są siecią czy to lokalną czy podłączone są do Internetu.

Najistotniejszym elementem DS. jest platforma do centralnego zarządzania komponentami systemu oraz treścią. W takim systemie możemy określać np. który z wyświetlaczy kiedy ma być włączony, w jakich godzinach którego dnia. Możemy określić jakie dokładnie treści – w jakiej kolejności, o której godzinie, w jakich porach mają być wyświetlane na poszczególnych czy też wszystkich urządzeniach. Co ważne – możemy zarządzać wyświetlaczami odległymi o tysiące kilometrów bez konieczności odwiedzania danej placówki. Systemy takie zazwyczaj przesyłają treść (z angielska zwaną contentem) do każdego z playerów, tak aby unikać obciążenia sieci transferem w czasie wyświetlania treści – dane – harmonogramy i treści – przesyłane są zazwyczaj w nocy.

Jakie korzyści odnosi organizacja wdrażając system Digital Signage?

Nie zużywamy papieru na ulotki i plakaty – które się po prostu starzeją chwilę po wydrukowaniu – co przekłada się na oszczędność czasu przygotowania przekazu i jego dystrybucję. Przekaz charakteryzuje się mniejszymi kosztami dotarcia do odbiorcy w porównaniu do tradycyjnych metod jak telewizja, radio czy billboardy i jest do tego bardziej skuteczny (bo jest ciekawy) i może zostać dostosowany do profilu odbiorcy. Niejednokrotnie skraca czas obsługi klienta – jak we wspomnianym McDonalddie, jednocześnie pozwala na błyskawiczne działanie na rozległym obszarze geograficznym.

W następnym numerze zaprezentujemy wdrożenia systemów digital signage, które znajdują zastosowanie zarówno w dużych organizacjach, jak i nawet sklepach osiedlowych. Zapraszamy do lektury numeru marcowego. ➤



Włodzimierz Urbański, Kierownik Zespołu Wsparcia Sprzedaży Komputronik Biznes

Rozwój i coraz większe wykorzystanie technologii Digital Signage w Polsce na przestrzeni ostatnich lat – analogicznie do rynku zachodnioeuropejskiego – zauważamy również w Komputronik Biznes. Naszą odpowiedzią na te obserwacje było stworzenie nowatorskiego rozwiązania, wspomagającego naszych partnerów biznesowych w tym zakresie, systemu MovarchDS.

Rozwiązanie to, jak i sam pomysł technologiczny na zarządzanie komunikacją wizualną, znakomicie wpisuje się w oczekiwania, wymagania i potrzeby naszych partnerów i klientów. Nasze dotychczasowe doświadczenia wskazują, że poza klasycznym zastosowaniem DS w retailu, jako wsparcie sprzedaży, realizujemy również projekty w obszarze przemysłu: obrazowanie danych na linii produkcyjnej, prezentacja raportów, logistyki: marszruty, interaktywne mapy dojazdu, czy w przypadku transportu: informowanie o warunkach drogowych czy zdarzeniach niepożądanych. Warto też dodać, że do realizacji takich zadań wykorzystujemy również technologię RFID, beacony czy analizę obrazu video.

Komputronik Biznes realizuje projekty z obszaru Digital Signage całościowo, poczynwszy od koncepcji marketingowej, poprzez dostarczenie systemu MovarchDS (także w opcji cloud), na infrastrukturze różnego typu wyświetlaczy skończywszy. Rynek DS nieustannie ewoluuje, a nasze autorskie rozwiązanie MovarchDS znajduje ciągle nowe zastosowania.