

DIGITAL SIGNAGE - NOWOCZESNE SYSTEMY KOMUNIKACJI REKLAMOWEJ (OUT-OF-HOME ADVERTISING)

Digital Signage to sieć elektronicznych nośników video takich jak monitory LCD, plazmy czy ekrany diodowe. Podstawową zaletą sieci nośników elektronicznych jest bardzo szybka, wręcz natychmiastowa, możliwość zmiany wyświetlanych treści i dowolne jej różnicowanie w zależności od lokalizacji i grup odbiorców. Tę formę reklamy zaliczamy do out-of-home advertising. Poprzez możliwość zastosowania różnorodnych nośników sieci te stosowane są od promocji w punktach sprzedaży, tuż przy półkach sklepowych, aż po wielkoformatowe nośniki outdoorowe.

TECHNOLOGIE

Sieci Digital Signage składają się z:

- jednostki centralnej – serwera, czy inaczej mówiąc komputera zarządzającego całą siecią. To tu wgrany jest materiał reklamowy i stąd rozsyłany do poszczególnych lokalizacji (ekranów), łączy LAN/WLAN. Najczęściej w przypadku sieci w jednym budynku do połączeń wykorzystuje się zwykłą sieć komputerową. W przypadku bardziej odległych lokalizacji wykorzystuje się sieć internetową z przepustowością dostosowaną do wymagań systemu. Można też wykorzystywać dedykowane łącza satelitarne w połączeniu ze zwrótnym sygnałem GPRS,

- ekranów, czyli w nośników obrazu wykonanych w dowolnej technologii. Do najczęściej stosowanych należą ekrany plazmowe, monitory LCD i ekrany LED. Rzadziej spotyka się projektory multimedialne czy tradycyjne telewizory CRT;

- monitory LCD – wygrywają w zastosowaniach wewnętrznych ze względu na wysoką rozdzielczość i trwałość. Ze względu na ceny zdecydowanie dominują w rozmiarach od 14” do 30”. Zdarzają się i mniejsze już od 7” wbudowane w lustra lub zagłówki samochodowe,

- ekrany plazmowe – obecnie dominują w rozmiarach powyżej 36”. Przy takiej wielkości są zdecydowanie tańsze od monitorów LCD lecz w przyszłości ceny mogą się wyrównywać,

- ekrany diodowe – przede wszystkim ekrany LED stanowią jedyne rozwiązanie w sieciach outdoorowych.

Technologia diodowa pozwala na emisję obrazu przy pełnym świetle dziennym. Niestety ze względu na niską rozdzielczość ekranów diodowych outdoorowych wielkość nośników zaczyna się od 12m². Największe mają nawet powyżej 100m² a największy obecnie w Europie ma blisko 300m².

Trias S.A.

Siedziba: 87-100 Toruń, ul. Równinna 11/13

Oddział Toruń: 87-100 Toruń, ul. Równinna 11/13, tel. +48 56 658 06 00, fax +48 56 658 06 08, torun@trias.pl

Oddział Warszawa: 01-942 Warszawa, ul. Kabaretowa 21, tel. +48 22 839 49 35, fax +48 22 839 03 53, warszawa@trias.pl

Często stosuje się również wyświetlacze diodowe jedno lub dwu-kolorowe, które emitują wyłącznie informacje tekstowe. Ze względu na tańsze alternatywne nośniki raczej nie wykorzystuje się technologii diodowej wewnętrznej – SMD, ale i takie high-endowe instalacje już mają miejsce,

- projektory multimedialne mają zastosowanie w pomieszczeniach o niskim naświetleniu. Ich zastosowanie staje się obecnie łatwiejsze ze względu na znaczne obniżki cen i pojawienie się ekranów i folii transparentnych, które w niektórych przypadkach czynią obraz widocznym nawet w witrynach sklepowych.

Sieci Digital Signage znajdują coraz to nowsze zastosowania:

- wewnętrzne sieci reklamowo-informacyjne w ramach jednego obiektu np. w hotelach, urzędach, centrach handlowych, targowych czy konferencyjnych,
- mobilne systemy np. w sieciach taksówkarskich, pociągach czy autobusach komunikacji miejskiej,
- sieci budowane w obrębie punktów handlowych jednej firmy jak np. banki, salony mody czy sieci hipermarketów,
- sieci budowane wyłącznie w jednorodnych punktach handlowych czy użyteczności publicznej, np. sieć obejmująca salony fryzjerskie, centra handlowe, puby, budynki uniwersyteckie, dworce kolejowe, lotniska, stacje metra, budynki targowe etc,
- sieci POS – z założenia nastawione na obecność wprost przy półce, towarzyszące konsumentom w momencie podejmowania decyzji, tu, również w Polsce, widzimy zastosowania w aptekach, małych sklepach spożywczych czy przy półkach z określonym asortymentem w dużych centrach handlowych i na stacjach benzynowych,
- outdoorowe czyli zewnętrzne sieci ekranów diodowych konkurujące z tradycyjnym outdoorem.

Zastosowań w najbliższym czasie zapewne przybędzie zwłaszcza, że testowane już są rozwiązania interaktywne. Dodaje się możliwość interakcji przechodniów z wykorzystaniem interaktywnych ekranów dotykowych (dotykowe ekrany LCD, specjalne nakładki na ekrany plazmowe, dotykowe folie interaktywne) czy poprzez odbieranie sygnałów z telefonów komórkowych (poprzez Bluetooth, SMSy czy MMSy). W tym zakresie wyobraźnia marketingowców na pewno wytworzy wiele nowych rozwiązań.

W razie dodatkowych informacji pozostaję do Państwa dyspozycji.

Pozdrawiam
Marta Wołowska-Ciaś
Kierownik ds. Marketingu
marketing@trias.pl
Tel. 022 839 49 35

Trias S.A.

Siedziba: 87-100 Toruń, ul. Równinna 11/13

Oddział Toruń: 87-100 Toruń, ul. Równinna 11/13, tel. +48 56 658 06 00, fax +48 56 658 06 08, torun@trias.pl

Oddział Warszawa: 01-942 Warszawa, ul. Kabaretowa 21, tel. +48 22 839 49 35, fax +48 22 839 03 53, warszawa@trias.pl