

Digital Signage – это просто

Окончание.

Начало в №4/2012

Предоставлено компанией *Dynamax*

В первой части статьи речь шла о том, что такое видеоинформационные системы, какие они бывают, как их выбирать и чем они отличаются как носители информации и рекламы от привычных СМИ.

На что смотреть

Если вы читаете эту статью, то, вероятно, задумались о развертывании видеоинформационной системы сейчас или в перспективе. Один из наиболее важных вопросов, который при этом возникает: что мне следует приобрести?

Чтобы сделать процесс выбора проще, ниже приведены основные компоненты, которые следует купить. Это не исчерпывающий список, и, скорее всего, понадобится ряд других компонентов и устройств в зависимости от потребностей организации, разворачивающей систему Digital Signage.

Программное обеспечение

Это одна из тех вещей, которые считаются нематериальными, но является очень важной. Чтобы контент (фото, видео, текст и т.д.) появлялся на экране, необходимо программное обеспечение, которое помогает загружать контент, создавать расписание его демонстрации, обновлять его и доставлять контент на экраны. Для решений на базе облачных вычислений не потребуется приобретать никаких лицензий, а надо будет платить только за годовую подписку на сервис.

Экран

Можно выбрать экран маленького размера (типа цифровой доски объявлений или фоторамки), который, обладая собственной операционной системой, избавляет от необходимости в медиаплеере. Благодаря небольшим размерам (около 10") такой экран можно легко разместить на стойке регистра-

ции или рядом с кассиром, экономя место. Если же выбор делается в пользу более крупного экрана (обычно это 24"...40"), то, скорее всего, дополнительно понадобится либо медиаплеер, либо компьютер.

Медиаплеер

Медиаплеер обойдется примерно в 8...10 тыс. руб. За эту цену в нем будет достаточно емкости для хранения тысяч статичных изображений или до 120 мин видео. Это базовый инструмент для выполнения базовой задачи – доставки контента с компьютера на экран.



Большая ЖК-панель NEC для видеоинформационных систем



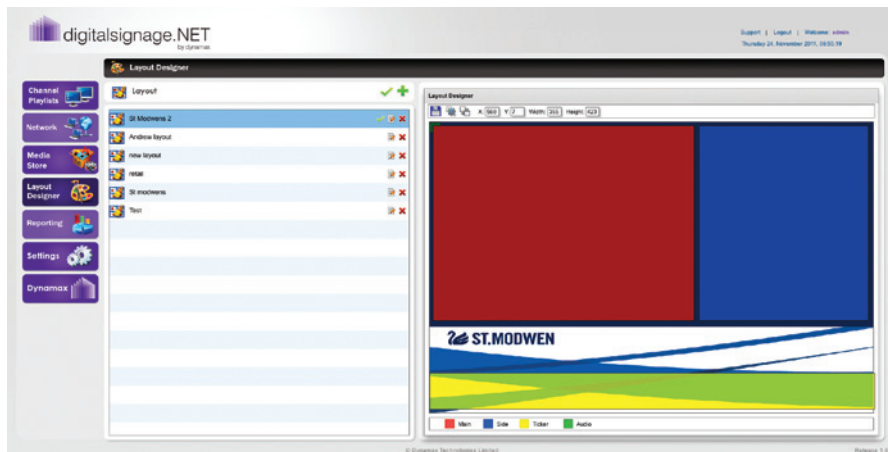
Медиаплеер компании Spinetix

Выбор программного обеспечения Digital Signage определенно является наиболее важным, потому что он влияет на тип контента, который можно будет отображать, то есть на формирование выводимых сообщений и, в итоге, на эффективность всей системы.

Почему телевизоры не годятся?

Если видеоинформационная система аналогична с собственным ТВ-каналом, то почему тогда в качестве экранов нельзя использовать обычные телевизоры? Все просто – потому что телевизоры не предназначены для коммерческого применения или установки вне помещений. В то же время, ЖК-экраны стали наиболее распространенными дисплеями видеоинформационных систем, о чем свидетельствует отраслевое исследование POPAI. Это произошло благодаря их техническим характеристикам, систематизированным ниже.

Во-первых, ЖК-дисплеи куда более надежны в эксплуатации, чем телевизоры,



Снимок экрана приложения digitalsignage.NET

поскольку они рассчитаны на круглосуточную работу и служат гораздо дольше, чем обычные бытовые телевизоры.

Во-вторых, в ЖК-дисплеях есть встроенные функции контроля температуры, отсутствие которых, как в случае телевизоров, приводит к перегреву и проблемам с отображением картинки. Кроме того, гарантия на телевизоры не действует при их использовании в коммерческих целях.

В-третьих, ЖК-экраны имеют более широкий угол обзора и повышенную яркость, чтобы привлекать аудиторию, находящуюся в движении, и чтобы экран был хорошо виден с большого расстояния.

В-четвертых, с точки зрения конструкции и дизайна ЖК-дисплеи созданы так, чтобы привлекать внимание и выглядеть более интересным объектом, чем обычный телевизор. Если эта цель достигнута, то и сообщение будет доставлено целевой аудитории.

В-пятых, ЖК-дисплеи поставляются с медиаплеерами и программным обеспечением, что позволяет полноценно работать с контентом для конкретной – целевой – аудитории. В случае с телевидением приходится мириться с тем, что на экран выводятся еще чьи-то новости и реклама, вне зависимости от определенных нужд и интересов той или иной организации и ее целевой аудитории.

В-шестых, бокс, в который помещается ЖК-дисплей, является защитной оболочкой, препятствующей краже или повреждению устройства. В то же время нет приспособлений для аналогичной защиты расположенных в общественных местах телевизоров.

Резюмируя, можно сказать, что если вы используете телевизоры, то пока не включились в бизнес Digital Signage и ограничиваете сами себя только развлечением своей аудитории, но не взаимодействуете с ней.

Несколько советов

Правильный выбор ПО для видеoinформационной системы может оказаться довольно сложной задачей, учитывая большое количество поставщиков подобных решений и кажущуюся схожесть их предложений. Перед тем, как отдать предпочтение одному из них, надо тщательно изучить каждое на основе нескольких важных критериев.

Прежде всего ПО должно позволять запустить системы быстро. Приложения типа SaaS (Signage as a Service – видеoinформационная система как сервис) относятся к типу систем DIY, то есть «сделай сам» (Do It Yourself). Они, как правило, просты, позволяют быстро создать портал и начать использовать его буквально в течение нескольких минут. Если все не так, переходите к следующему предложению.



Далее, облако. Название говорит само за себя – должна быть возможность управлять системой через Интернет. То есть должен быть обеспечен доступ к portalу и возможность обновления контента на экране из любого места, где есть подключение к Интернету, и в любое время.

ПО должно собирать все данные пользователя в центральной базе данных, доступной через Интернет. Это позволяет модифицировать контент для всех экранов, причем одновременно и из одного portalа.

В целом же, программное обеспечение должно гарантировать обновление информации, отображаемой на экранах, в режиме, близком к реальному масштабу времени.

При загрузке нового фото, презентации или видео они должны отображаться практически мгновенно на всех устройствах, на которых запланировано их появление (в зависимости от скорости и надежности интернет-соединения).

Необходима и функция отображения сообщений по расписанию, чтобы гарантировать своевременную их демонстрацию целевой аудитории. Нужна и возможность выбора времени дня и дня недели для воспроизведения сообщений.

Функция формирования отчетов тоже существенна – пользователь должен быть информирован о том, где и когда были воспроизведены его файлы, что гарантирует правильную работу системы. К примеру, digitalsignage.net предоставляет такую возможность.

А что насчет использования раскладок? Раскладки позволяют одновременно отображать различную информацию. К примеру, можно показывать видео в правой части экрана, вверху выводить объявление, а внизу пустить строку новостей. А можно перейти в режим полного экрана. В любом случае у пользователя должен быть выбор.

Вариант приложения типа SaaS

Следует убедиться, что можно интегрировать социальные сети в свой проект видеoinформационной системы. Отображение каналов социальных сетей пользователя на его экранах не только позволяет ему поддерживать свежий контент (нет ничего хуже устаревшего контента на дисплеях видеoinформационной системы), но и помогает продвигать эти социальные сети. Наиболее распространенным вариантом является потоковое вещание информации Twitter как бегущих строк в нижней части экрана. Они станут более привлекательными и для аудитории, уже находящейся у экрана.

Кроме того, у ПО должна быть убедительная история успешного применения и наращивания. Это позволит начать с пары экранов и наращивать систему по мере необходимости до десятков, а то и сотен экранов. Не помешает немного побыть детективом и ознакомиться с примерами применения и пресс-релизами о самой компании-производителе. Это позволит лучше понять, насколько надежен поставщик и годится ли он для длительного партнерства. Не забудьте и о поддержке, она должна предоставляться всегда, когда в ней есть необходимость. Тут надо получить положительные ответы на пару вопросов: можно ли связаться с поставщиком или его представителем по e-mail или телефону? Насколько быстрой будет реакция? Рекомендуется работать с компанией, находящейся в одной временной зоне с пользователем, чтобы не ждать, пока взойдет солнце в другой части планеты.

Десять ошибок при управлении информационными дисплеями

Не все проекты Digital Signage успешны. Некоторые терпят неудачу вследствие

проблем, которых можно было без труда избежать. Приведенные ниже ошибки кажутся очевидными, но всегда встречаются те, кто их постоянно совершает.

Первое – не уделяют должного внимания стадии предварительного изучения. Несомненно, что обращение к первому же попавшемуся поставщику довольно рискованно. Недостаточная подготовка к проекту приведет к нежелательному давлению и может заставить потратить больше, чем можно было бы в нормальных обстоятельствах.

Второе – отсутствие фазы тестирования. Любопытный поставщик ПО для видеоинформационных систем предложит бесплатное тестирование своей системы в течение месяца, не требуя обычно никакой банковской информации, чтобы пользователь мог попробовать функции и проверить дружелюбность интерфейса ПО. Не пренебрегайте этой возможностью посмотреть, как работает система, особенно если это вам ничего не стоит. Если такая возможность не предлагается, откажитесь от данного поставщика.

Третье – устаревший контент. Digital Signage – это, прежде всего, регулярные коммуникации и свежие новости. Если на экране неделя за неделей отображается одна и та же информация, то это просто бесполезная трата средств, инвестированных в систему, и отток аудитории (будь то студенты, покупатели, работники или кто-либо иной), которая перестанет рассматривать данные экраны как важный источник информации. Поэтому нужно постоянно обновлять видеоинформационный контент.

Четвертое – использование решения, ограничивающего свободу пользователя. Необходимо иметь возможность переходить от одного поставщика к другому в любой момент, когда это нужно, уже после установки системы, причем легко и без замены всего, чтобы было установлено. Предложение должно быть гибким настолько, чтобы можно было изменить компонент, не меняя всю систему. Поэтому прежде чем заплатить, удостоверьтесь в наличии такой возможности.

Пятое – пренебрежение поддержкой. Бесплатно или за деньги, поддержка должна предоставляться всегда, когда в ней есть нужда. Удостоверьтесь, что поставщик или его представитель способны обеспечить быструю реакцию на возникающие проблемы, а также узнайте, во сколько вам это обойдется (большинство поставщиков ПО, в том числе и авторы данной статьи, предоставляют бесплатную поддержку по электронной почте).

Шестое – пренебрежение обучением, когда в нем на самом деле есть необходимость. В сравнении с ценой полного про-



Экран Digital Signage, установленный в торговом центре

стоя системы или неправильного ее использования расходы на обучение можно рассматривать как инвестиции. Понимание того, как использовать ПО и что система позволяет делать, дает возможность максимизировать ее функции и открыть возможности, о которых пользователь даже не подозревал.

Седьмое – неправильный выбор места установки устройств. Если они не видны, то система не выполняет свою задачу (стало быть, работает напрасно). Лучшими местами установки являются те, где вероятнее всего привлечь внимание аудитории – залы ожидания, комнаты отдыха или магазины, где люди свободно проводят время. А вот хуже всего ставить экраны там, где зрители вряд ли остановятся, либо они там вообще редко встречаются.

Восьмое – отсутствие четкого понимания задач, поставленных перед системой. Очевидно, что прежде чем предпринимать какие-то действия, нужно определить, что планируется достичь с помощью видеоинформационной системы. В противном случае, зачем в нее инвестировать? В зависимости от типа организации или характера бизнеса цели могут быть любыми – от увеличения продаж до сокращения времени на обмен информацией с целевыми группами.

Девятое – отсутствие оценки эффективности системы (ROI) и ее воздействия на аудиторию после того, как определены задачи. Кроме информирования, дисплеи также убеждают зрителей предпринять определенное действие (купить, посетить, запросить и т.д.). Оценка осязаемого эффекта от работы видеоинформационной системы – не такая простая задача, как кажется.

Краткий словарь

CMS (content management software) – программное обеспечение, применяемое для систематизации и управления доставкой и воспроизведением контента на одном или нескольких устройствах (его еще называют ПО для Digital Signage).

Digital Signage – форма электронного отображения для показа рекламы и общественной информации в частных и общественных местах.

Дисплей – экран, устройство, на котором отображается сообщение (ЖК-монитор, светодиодное табло, фоторамка и т.д.).

DOOH (digital out of home) – видеоинформационная система, установленная вне помещения, служащая для электронного отображения рекламы и информации в общественных и частных местах (торговых центрах, образовательных учреждениях, больницах, залах ожидания и т.д.).

Dwell time – среднее время, которое люди тратят на потребление рекламы и информации в определенном месте – магазине, торговом центре, зоне регистрации и т.д.*

LCD (Liquid Chrystal Display) – жидкокристаллический дисплей, экран, способный отображать высококачественные изображения с хорошей яркостью в условиях интенсивного окружающего освещения.*

Out of Home TV (OOH TV) – экраны в общественных местах (локальных магазинах, парикмахерских, залах ожидания, торговых центрах и т.д.), отображающие контент (рекламу, новости) со звуком или без него в целях информирования и привлечения публики.*

* В соответствии со справочником The 2011 UK Digital OOH Handbook