

Digital Signage – новый способ коммуникации с аудиторией

Нина Лысова

Системой Digital Signage принято называть сеть цифровых дисплеев, применяемых для отображения информации. Сегодня подобные экраны окружают нас повсюду: на улицах, вокзалах, в аэропортах, торговых центрах, банках, магазинах, медицинских учреждениях и других общественных местах. Интерес к таким конструкциям растет во всем мире, и, конечно, в России.

Способы максимально эффективного использования систем Digital Signage для привлечения целевой аудитории, а также тенденции развития отрасли эксперты и пользователи данных систем обсудили на VI международной конференции «Digital Signage – альтернативы нет!», которая прошла 27 мая в московской гостинице «Рэдиссон Славянская». Конференция была организована компанией DigiSky при поддержке европейской ассоциации Digital Signage Federation. Спонсорами мероприятия выступили LG Electronics, Xplace, «Софтинг», Adissy, BenQ, iBase, iiyama, Look, Matrox, Onelan, Via Direct, а техническим партнером – компания BroadSign.

Началась конференция с выступления Флориана Ротберга (invidis consulting), известного эксперта в области Digital Signage. Он рассказал о том, что с каждым годом в разных странах проводится все больше мероприятий, посвященных Digital Signage, что

свидетельствует о возрастающем интересе к таким системам. Флориан также отметил, что в последние месяцы этого года, несмотря на непростую экономическую ситуацию, бизнес-климат в России улучшился, благодаря чему здесь стали появляться новые интересные проекты. Затем он привел примеры наиболее значимых проектов в области Digital Signage, которые были реализованы в разных странах. А также подчеркнул, что сейчас на первый план выходит концепция всеканальности (omnichannel), согласно которой вся среда взаимодействия с пользователем должна быть адаптивна к возможностям разнообразных устройств (каналов

общения) и должна создавать для клиента единое пространство взаимодействия с выбранным брендом (бизнесом).

Продолжил эту тему Андрей Пачикин (Microsoft), который, представляя концепцию розничной торговли будущего, заявил, что традиционный магазин постепенно превратится в цифровой. Использование мобильных технологий, систем Digital Signage, возможность интерактивно взаимодействовать с посетителем и отслеживать его поведение в режиме реального времени принесет элементы онлайн-шопинга в точки продаж.

В этом году на конференции много говорилось о взаимодействии с клиентами. Сегодня, когда стандартные рекламные методы уже хорошо всем известны и не оказывают должного воздействия на целевую аудиторию, компании делают ставку на эмоции и впечатления, которые дарит



Флориан Ротберг



Андрей Пачикин



Участники конференции



Дмитрий Грибков

бренд. Проектам интерактивной коммуникации с аудиторией с помощью систем Digital Signage посвятили свое выступление Джованни Флор (Benetton) и Дмитрий Грибков (Russ Outdoor).

Об использовании систем Digital Signage в корпоративном секторе рассказали Анна Бузулукова и Николай Недельчук (Ikea centres Russia). Они представили систему, которая объединила коммерческие дисплеи, транслирующие видеорекламу в торговых центрах, и экраны корпоративного ТВ в офисах Ikea.

Вячеслав Кутеев (Kidzania) рассказал, как цифровые технологии помогают в создании уникального мира для детей в образовательных парках Kidzania, а Сергей Орехов (TASHIR медиа) убедил аудиторию в том, что ни один современный торговый центр без систем Digital Signage уже не может обойтись. Обсуждалась в этом году на конференции и такая актуальная для торговли тема, как электронные ценники. Эмиль Загиров (Xplace) рассказал, какие бывают электронные ценники (Electronic Shelf Labels – ESL), в чем их преимущество перед бумажными и с какими сложностями можно столкнуться при внедрении систем ESL.

Николай Алаев (LG Electronics) заворожил аудиторию, демонстрируя примеры использования OLED-дисплеев компании LG Display в системах Digital Signage. Гибкие, изогнутые, тонкие дисплеи служат не только эффективным маркетинговым инструментом, но и украшением любого интерьера. Дисплеи на базе органических светодиодов экономичнее жидкокристаллических и плазменных дисплеев, а оптические свойства таких экранов превосходят ЖК-дисплеи по насыщенности цветов. Николай рассказал о двухсторонних пло-

ских изогнутых дисплеях, на фронтальную и тыльную стороны которых можно транслировать разный контент. В настоящее время LG Display производит OLED-дисплеи диагональю 55", 65" и 77", а также гибкие дисплеи толщиной с обычную бумагу, которые можно свернуть в рулон.

О том, как разработать правильную контентную стратегию, говорил Владимир Козлов (DigiSky). По его убеждению, залогом эффективности применения цифровых информационно-рекламных систем является демонстрация на них только контента, созданного с учетом аудитории, для которой он предназначен.

Обсуждению эффективности маркетингового инструмента Digital Signage была посвящена и панельная дискуссия «Digital Signage в российских реалиях», в которой приняли участие Дмитрий Грибков (Russ Outdoor), Дмитрий Савельев (Dismart), Станислав Панов (ENKA TC) и Джованни Флор (Benetton).

Оценить преимущества нового профессионального оборудования для Digital Signage участники конференции могли в демонстрационной зоне, организованной на конференции. Решения по навигации в торговых центрах, управлению дисплеями в торговой сети, корпоративное телевидение, интерактивные инсталляции и многое другое в этом году представили компании «Софтинг», Adissy, AV Stumpfl, BenQ, DigiSky, iBase, iiyama, LG Electronics, LOOK, Matrox, Onelan, Matrox, ViaDirect.

Так, на стенде «Софтинг» демонстрировалось ПО SCALA, предназначенное для управления экранами, видеостенами

и интерактивными дисплеями в сети Digital Signage, а также медиаплееры AOpen. Компания BenQ представила различные модели интерактивных панелей; iiyama – встраиваемые сенсорные дисплеи диагональю 32"...55", которые надежно защищены ударопрочным стеклом; iBase – линейку видеоплееров, в том числе модель SI-60E с 12 входами HDMI 2.0, поддерживающую разрешение 8K.

Компания DigiSky продемонстрировала систему навигации для ТЦ и систему измерения аудитории QuiVidi, которая позволяет собирать демографические данные посетителей, запоминать их реакцию на рекламные сообщения и формировать отчеты в виде диаграмм и графиков. LOOK представила комплексное решение для дистанционного управления сетями Digital Signage различных масштабов и назначения. Модели дисплеев OLED, в том числе и Ultra HD, разных по размеру и форме (на одну из них была выведена программа конференции), установила компания LG. Возможности интерактивной информационно-навигационной системы для ТПЦ, музеев, транспортных узлов демонстрировала ViaDirect.

Среди участников конференции была проведена лотерея, главным призом которой служил предоставленный компанией LG Electronics ультратонкий телевизор HD 4K. Его счастливой обладательницей стала представительница Московского кредитного банка.

Многие участники отметили очень позитивную атмосферу для делового общения на конференции «Digital Signage – альтернативы нет!».



Владимир Козлов



В демонстрационной зоне