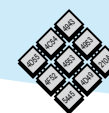


Cos'è il digital signage?

È la nuova frontiera della comunicazione e dell'advertising. È dimostrato come le persone passino molto più tempo fuori di casa che in casa. È necessario quindi catturare la loro attenzione nei momenti giusti.

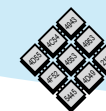
La comunicazione statica non è più interessante, non riesce ad attrarre l'attenzione. Secondo diversi studi e ricerche eseguite nel 2007 oltre il 63% degli intervistati trova la comunicazione digitale molto più interessante di quella ordinaria; la percentuale sale al 75% se ci si focalizza su di un target d'età 20-45.

È un insieme di media contenuto e tecnologia dove il secondo dovrà essere pensato per ottimizzare il primo ed il terzo essere funzionale a veicolare il secondo in modo semplice ed efficace.



Negli ultimi 3 anni il fenomeno Digital Signage è esploso nei paesi anglosassoni ed in particolar modo negli states dove le agenzie di raccolta pubblicitaria hanno creato veri e propri network di display vendendo poi gli spazi ai propri clienti.

Si stima una crescita a due cifre del fatturato di questo tipo di advertising per i prossimi 5-7 anni, andando a sostituire, laddove ci sia un network consolidato, il passaggio dello spot televisivo (con costi di produzione di gran lunga inferiori e possibilità di differenziare i contenuti per area geografica).

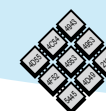
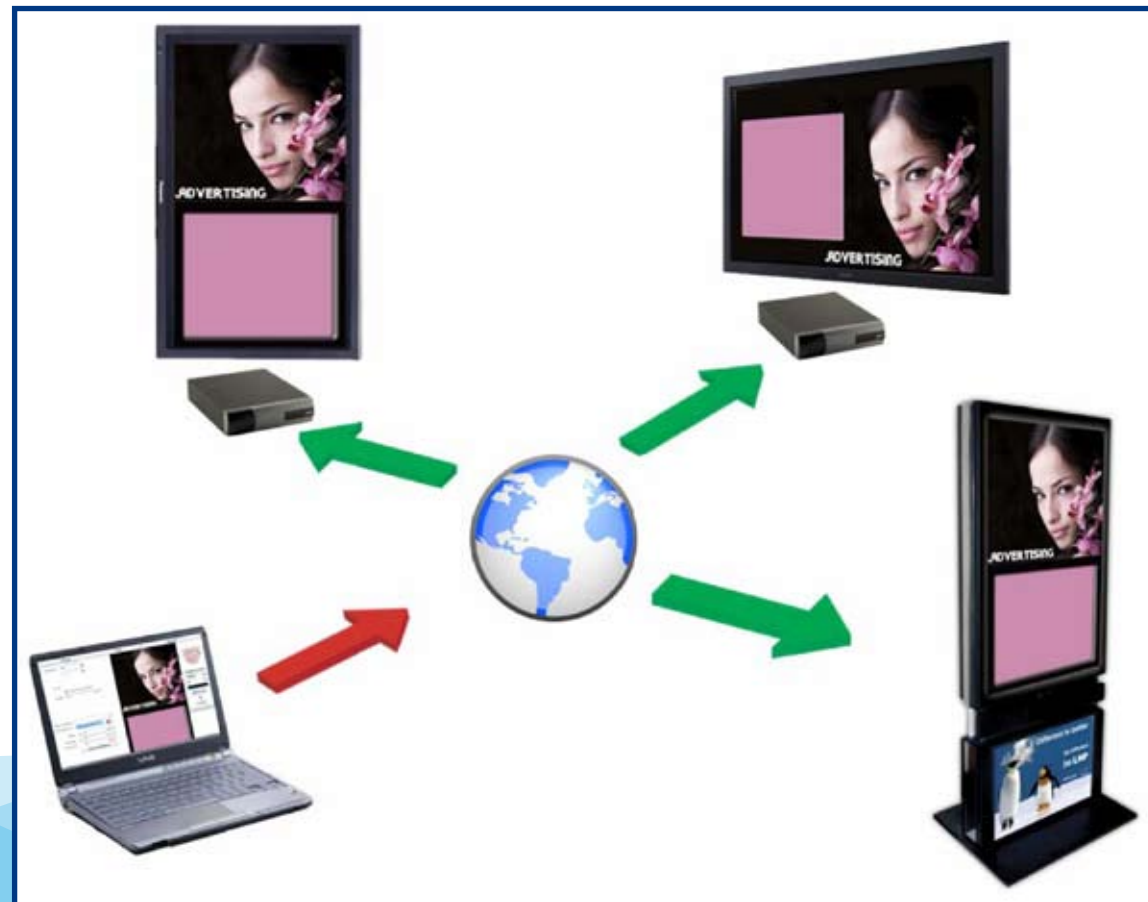


Come funziona?

All'interno di ogni DID c'è un miniPC industriale che funge da "player", ovvero esegue e visualizza ciò che viene deciso dal proprietario del "network".

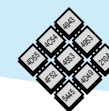
Ogni DID si collegherà ad internet e riceverà i contenuti da visualizzare (grafica, video, testi).

Attraverso una semplice interfaccia web chi gestisce i contenuti sceglie il "palinsesto" per ogni singolo display definendo cosa quando e per quanto verrà visualizzato.



Vantaggi

- ▶ Di grandissimo impatto estetico ed i contenuti, poiché provengono da una sorgente luminosa (e non illuminata) attraggono maggiormente chi ci passa accanto.
- ▶ Si accende e spegne in modo temporizzato o da remoto.
- ▶ Non è soggetto a virus (sistema operativo Linux).
- ▶ Non si “blocca” se si stacca accidentalmente la corrente.
- ▶ Funziona anche se scollegato da internet (ma non aggiorna i contenuti in “real time”).



Comunicazione

Permette di dividere lo schermo in diverse “finestre” potendo quindi frazionare gli advertisers.

Visualizza grafica in altissima risoluzione e video in modo fluido.

Si può aggiornare in tempo reale senza muoversi dal proprio ufficio.

Il sistema è multiutente, quindi non necessita di personale specializzato che segua solo questo media. (ad esempio il grafico caricherà la grafica e chi fa la raccolta pubblicitaria imposterà il “palinsesto”).



Return of investment

Aumenta la visibilità dei clienti perché lo strumento, utilizzato con il giusto contenuto attrae sia il pubblico giovane (perché tecnologico) che quello meno giovane (perché le informazioni sono luminose e ben visibili).

Si può aumentare in modo esponenziale il numero di clienti in quanto lo stesso spazio (display) potrà visualizzare più "passaggi" sia grafici che video al minuto. Si potranno inoltre differenziare le fasce orarie (per focalizzare meglio i passaggi quindi aumentare la loro efficacia) e i punti di visualizzazione (creando campagne diverse per aree diverse)

Si può creare un report di quanti per quanto e dove ogni "spot" è stato visualizzato.

