

## Dossier Digital Signage

a cura di Cecilia Cantadore [cecilia.cantadore@sunnycom.it](mailto:cecilia.cantadore@sunnycom.it)

# Digital signage: toccare per... credere

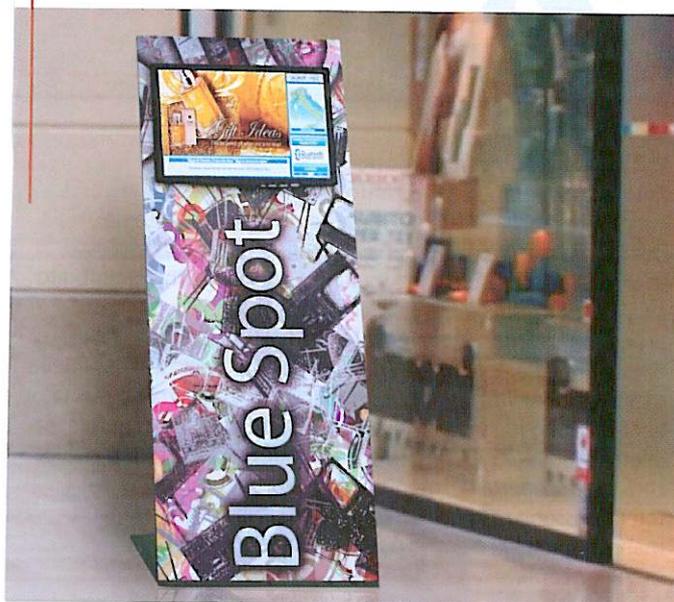
È un media che consente di comunicare direttamente dove serve, quando serve, a chi serve e in maniera adeguata. Il tutto con il vantaggio di riuscire a coinvolgere il target dei destinatari in modo emotivo e divertente. Il che, non guasta mai!

*La comunicazione sfrutta sempre più display video e monitor touch screen per offrire al consumatore un'esperienza unica, interattiva e, ovviamente, ad alto impatto emotivo*

Chi decide di installare presso la propria azienda o il proprio punto vendita una rete digital signage, lo fa perchè desidera che il proprio business cresca. E generalmente, se i messaggi sono strutturati nel modo giusto, riesce nel suo intento. Per questo è, però, necessario studiare contenuti ben calibrati. Adeguati al contesto nel quale è posizionato il network, al target di riferimento e al momento della giornata o dell'anno. La caratteristica che distingue, infatti, un messaggio veicolato attraverso un sistema digital signage da quelli trasmessi con affissioni e media tradizionali è proprio la contestualità. Non dimentichiamo che oltre a essere mirata, con questo sistema, la comunicazione diventa anche interattiva. Touch screen, audio, video e diffusori di fragranze diventano elementi chiave della comunicazione. Lo stesso si può dire delle tecnologie di prossimità, come il Bluetooth, che permettono di inviare messaggi agli utenti. Un altro vantaggio del digital signage è che permette, grazie a sistemi di misurazione dell'attenzione, di intervenire sulla comunicazione "in corsa", con regolazioni basate sulle preferenze del pubblico registrate in tempo reale da appositi software, in grado di poter dare una valutazione su quali sono i contenuti più apprezzati, in quali momenti e da quali tipologie di utenza. Accanto a retail e GDO ci sono molti mercati che possono essere coinvolti in progetti di questo genere. Edifici pubblici, cinema, banche, alberghi, fiere, musei, aeroporti e ambienti nei quali è necessario attirare l'attenzione e trasmettere contenuti su più stazioni.

### **Marketing efficace in tempo reale**

In occasione del lancio promozionale di un centro commerciale in Lombardia, Blue Spot è stato abbinato all'espositore Easy, sempre di casa Studio Stands, dimostrando l'efficacia del proximity marketing per comunicare annunci, novità, sponsor e news in tempo reale.



### **Blue Spot è l'innovazione firmata Studio Stands**

Studio Stands, azienda specializzata nella fornitura di soluzioni espositive chiavi in mano, propone Blue Spot, cioè uno schermo LCD interattivo, disponibile in vari formati, che può essere semplicemente appeso a pareti o soffitti, appoggiato su un bancone o alloggiato all'interno delle strutture espositive dell'azienda, come Totem, Easy, Wall e piantane DNA. Questo strumento di comunicazione è in grado di fare pubblicità con contenuti multimediali, che possono anche essere trasmessi tramite Bluetooth al potenziale cliente, inviando le informazioni direttamente sul cellulare di tutti coloro che si trovano in prossimità dello schermo. Questa funzione, in particolare, rende fruibile il messaggio pubblicitario anche in un secondo momento e nel più completo rispetto della privacy, e rende Blue Spot efficace per comunicare in luoghi affollati come centri commerciali, locali notturni e cinema. Blue Spot, inoltre, è personalizzabile in ogni dettaglio e non richiede particolari supporti d'installazione.

[www.studiostands.it](http://www.studiostands.it)

