

Digital Signage

bez tajemnic

Lekcja 1: podstawy teoretyczne

Digital Signage (DS) to jeden z najnowszych instrumentów komunikacji marketingowej, o którym w ostatnim czasie dużo się mówi i pisze. Także na wszystkich targach Visom, digital signage jest żelaznym punktem konferencji, specjalnej ekspozycji lub sympozjum. Coraz więcej jest także w Polsce firm oferujących tego typu systemy marketerom, jednakże świadomość decydentów na temat istoty zagadnienia jest wciąż znikoma. Na łamach VISUAL COMMUNICATION, od samego początku przybliżyliśmy tę tematykę naszym Czytelnikom, a wiedzę w tym zakresie postanowiliśmy usystematyzować. Dziś Lekcja 1 – Podstawy teoretyczne.

Pojęcie digital signage jest powszechne w branży reklamowej, jednak słysząc to określenie każdy ma co innego na myśli. Przyczyną tego jest zarówno nieprecyzyjna definicja, jak i szeroki zakres rozwiązań DS. Co więcej jest to obszar, który ciągle dynamicznie się rozwija, możliwości rosną i nawet doświadczonemu marketerowi ciężko wybrać rozwiązanie najlepsze dla określonej strategii komunikacyjnej.

CO TO JEST? Zacznijmy zatem od definicji - „Digital Signage czyli elektroniczne nośniki wizualne zainstalowane w miejscach publicznych w celu przekazywanie treści reklamowych, informacyjnych lub rozrywkowych”. Zatem w obrębie tej definicji możemy umieścić najprostsze wyświetlacze w hipermarketach, które zauważyć możemy przy półkach z produktami, monitory prezentacyjne w muzeach czy punktach informacji a nawet wielkie ekrany diodowe na ulicach naszych miast. Czym różnią się te rozwiązania? Technologią wyświetlania obrazu, miejscem instalacji ekranu, odległością z której oglądany jest wyświetlany obraz oraz sposobem zarządzania treścią – czyli istotnymi kwestiami, które warto zlecić do specjalistycznej firmy, zajmującej się integracją systemów DS. Do emisji treści możemy wykorzystać praktycznie dowolne urządzenia, zarówno ekrany plazmowe jak i LCD, projektory multimedialne, oraz ekrany diodowe. O tym co i jak będzie prezentowane na ekranie oraz jak łatwo będziemy mogli zmieniać prezentowane treści decyduje zastosowany system zarządzania treścią. Biorąc pod uwagę różnorodność istniejących rozwiązań oraz ich odmienne właściwości, niezmiernie ważne jest podjęcie decyzji o wybranym typie systemu Digital Signage już na etapie projektowania lub wręcz tworzenia koncepcji systemu. Należy przy tym pamiętać o możliwościach rozbudowy wybranego systemu w przyszłości o dodatkowe funkcje lub lokalizacje. Różnorodność koncepcji Przyjrzyjmy się zatem, jak od strony technicznej wyglądają najczęściej wybierane rozwiązania.

NOŚNIKI POS W SKLEPACH DETALICZNYCH – zazwyczaj są to specjalnie skonstruowane zestawy zawierające monitor wraz z urządzeniem odtwarzającym w postaci DVD lub czytnika kart pamięci. Ich zaletą jest kompaktowa budowa jednak ogromną wadą brak możliwości prezentacji zaawansowanych treści i manualny sposób aktualizacji. Zastosowanie odtwarzaczy DVD lub czytników kart umożliwia odtwarzanie treści w określonej kolejności, zaś wygląd i jakość zależna jest od przygotowania graficznego. Główne zastosowanie znajdują w przypadku konieczności prezentacji pojedynczego produktu. ▶

▶ POJEDYNCZE PUNKTY PREZENTACYJNE

– tego typu instalacje możemy odnaleźć w muzeach lub punktach informacyjnych. Przykładem może być instalacja w Pawilonie Wystawienniczo-Informacyjnym „Wyspiański 2000” znajdującym się w Krakowie. Zazwyczaj aktualizacja takich nośników odbywa się z innego urządzenia (komputera, tablet PC, laptopa) znajdującego się w obrębie tej samej sieci informatycznej, lub bezpośrednio z poziomu sterownika zarządzającego obrazem. Instalacje tego typu wykorzystywane są w miejscach gdzie dostęp do urządzenia jest stosunkowo prosty z jednoczesnym zachowaniem zabezpieczenia miejsca przed osobami nieupoważnionymi.

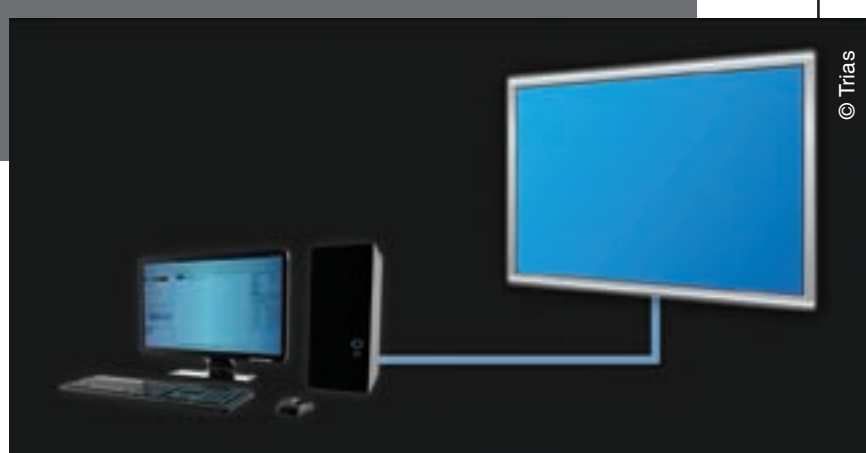
ROZPROSZONA SIĘĆ – w momencie, gdy wymagana jest aktualizacja spoza miejsca montażu nośnika wskazane są rozwiązania z aktualizacją zdalną. Dzieje się tak w przypadku dużej ilości nośników rozlokowanych w różnych punktach miasta, kraju a nawet świata lub gdy dostęp do urządzenia sterującego jest utrudniony. Przykładami takich realizacji może być realizacja dla PKP Intercity oraz wielkoformatowy ekran diodowy w Warszawie nad Cepelią. W takich przypadkach dane wysyłane są do serwera zarządzającego siecią, skąd odtwarzacze z poszczególnych lokalizacji pobierają nową zawartość.

Powyższe przykłady są tylko jednymi z wielu możliwości wykorzystania Digital Signage w komunikacji z klientem. Digital Signage co raz szybciej wkracza w naszą rzeczywistość dostarczając nowej jakości w komunikacji wizualnej z klientem, zaskakując nowymi możliwościami i obniżając koszty kampanii marketingowych. Dotychczas tak dynamiczne zmiany prezentowanych treści zarezerwowane były wyłącznie dla kampanii internetowych. Dzięki Digital Signage możemy w przeciągu kilku minut zmienić komunikat wyświetlany na bardzo licznej sieci ekranów. I czyż przyszłość komunikacji marketingowej nie staje się rzeczywistością?

Poniżej przedstawiamy przykładowe instalacje Signage wykonane przez firmę Trias - Integratora systemu Digital Signage.

INSTALACJA NA RONDZIE DMOWSKIEGO

W listopadzie 2007 r. Trias zainstalował w centrum Warszawy ekran diodowy o imponującej wielkości aż 60 m kw!



© Trias



© Trias

Outdoorowy ekran marki MorisLED cechuje doskonała rozdzielczość wizualna 12,5 mm. Na potrzeby instalacji została również wykonana specjalna obudowa dzięki której nośnik wygląda jak gigantycznych rozmiarów telewizor. Ekran dodatkowo zabezpieczony jest odpowiednim systemem chłodzenia w lecie i nagrzewania w zimie, co powoduje utrzymanie stałej temperatury wewnątrz obudowy ekranu diodowego. Wyświetlane informacje przesyłane są do specjalnego komputera zarządzającego ekranem poprzez sieć WLAN, co daje nam możliwość zarządzania informacją z każdego miejsca na świecie.



© Trias

Ekran zainstalowany dla firmy Hator Media jest niewątpliwie jedną z najbardziej spektakularnych zewnętrznych instalacji w Polsce. PAWILON WYSPIAŃSKI 2000 „Wyspiański 2000” to krakowskie centrum kulturalno-informacyjne, w którym od czerwca 2007 r. na nowoczesnych nośnikach obrazu, zaprojektowanych i zainstalowanych przez Trias prezentowane są prace Wyspiańskiego przeplatane filmami na temat twórczości artysty.

Do instalacji zastosowano 18 monitorów bezszwowych, z których powstała okazała ściana graficzna w głównym holu budynku. W skład instalacji wchodzi także projektory Christie 8K wyświetlające witraże na oknach budynku oraz jeden wodoodporny ekran plazmowy zainstalowany w ścianie zewnętrznej (wejście od ulicy Grodzkiej). Niezwykle ciekawym rozwiązaniem jest multimedialny witraż, gdzie powierzchnia szyb okien może zmieniać się z przezroczystej w matową i dzięki temu możliwa jest prezentacja materiałów wyświetlanych przez projektory. Do zarządzania tymi wszystkimi urządzeniami multimedialnymi dobrano zintegrowany system sterowania, a w celu łatwego zarządzania wszystkimi urządzeniami wyświetlającymi obraz zostało użyte oprogramowanie (Digital Signage) URVE.



PKP INTERCITY

Wielkoformatowe monitory plazmowe Trias zamontował na przełomie roku 2007 oraz 2008 na czterech dworcach kolejowych na terenie kraju:

Warszawa Centralna (w holu głównym dwa monitory plazmowe 103” zawieszono na specjalnych konstrukcjach, wyświetlające rozkład jazdy pociągów w systemie on-line oraz reklamę PKP Intercity z możliwością wpisania dowolnego tekstu przesuwanego się po ekranie oraz w poczekalni VIP monitor plazmowy 58”, na której również wyświetlane są informacje dla oczekujących klientów);





© Trias

Szczecin Główny (monitor plazmowy 58" służący podróżnym za bardzo dobry punkt informacyjny);
Gdańsk Główny oraz Wrocław Główny (w każdej lokalizacji monitory plazmowe 65" tworzące tablice informacyjne dla klientów PKP Intercity).
Wyświetlanie informacji oraz ich aktualizacja odbywa się z centralnego serwera w Warszawie za pomocą sieci WLAN, co ważne w systemie on-line.
Wykonawcą systemu jest firma Trias, zaś użyte oprogramowanie zarządzające (Digital Signage) to URVE.

CENTRUM SZTUKI WSPÓŁCZESNEJ (CSW)

14 czerwca odbyło się otwarcie Centrum Sztuki Współczesnej w Toruniu z instalacjami Triasu opartymi o system Digital Signage z oprogramowaniem URVE.
W głównym holu CSW Trias zainstalował również system 8 plazm bezszwowych w układzie 4 x 2, które stworzyły specjalny ekran informacyjny-reklamowy.
Dodatkowo Trias wyposażył kompleksowo salę kinową znajdującą się na parterze, gdzie umieszczony został wysokiej rozdzielczości projektor multimedialny i specjalistyczny ekran z zautomatyzowanym systemem kotar i lambrekinów, który umożliwi ustawienie różnych formatów obrazu. Całość każdej wystawy tworzą detale – dlatego Trias stworzył techniczny system umożliwiający instalację projektorów w całym obiekcie w różnych miejscach, dzięki któremu wyświetlany obraz można dostosować pod specyfikę danej wystawy. Do systemu nagłośnieniowego sali kinowej zostało wykorzystane wielostrefowe nagłośnienie Bose. Do obsługi zaś wszystkich obwodów oświetleniowych oraz urządzeń multimedialnych w budynku Trias wykorzystał profesjonalny system sterowania CUE. 📍



© Trias



© Trias