

# Digital Signage – альтернативы нет!

Системы Digital Signage уверенно завоевывают российский рынок. Многие компании уже оценили и активно используют данную технологию. Экраны, цифровое меню, цифровая навигация, сенсорные системы, медиафасады, видеостены и другие цифровые носители все чаще встречаются в ритейле, в торговых центрах, ресторанах, фитнес-клубах, аэропортах и других общественных местах. Поэтому неудивительно, что прошедшая 30 мая 2014 года в московской гостинице «Рэдиссон Славянская» IV международная конференция «Digital Signage – альтернативы нет!», организованная компанией DigiSky при поддержке ассоциации OVAB, собрала более 280 представителей индустрии Digital Out-of-Home (DOOH) и конечных заказчиков систем Digital Signage из самых различных сфер. Спонсорами конференции выступили компании: LG Electronics (платиновый), Scala, AOpen и Intel (золотые), QNAP, Watermedia, AUVIX, Smart Services и Disti (серебряные).

На конференции эксперты индустрии и конечные заказчики систем Digital Signage обсуждали тенденции развития отрасли, новые проекты и технологии. Так, Флориан Ротберг (OVAB) показал десять лучших, по его мнению, проектов Digital Signage в мире, реализованных в этом году. Радж Мейни (Intel) представил программное обеспечение Intel RCM – облачное реше-

ние, возможности которого позволяют не только создавать и транслировать в сетях Digital Signage медиаконтент, но и получать аналитику и проводить таргетированные рекламные кампании. Возможности версии RCM 2.0 на русском языке можно было оценить на стенде компании AUVIX в демонстрационной зоне.

Петр Козлов (LG Electronics) рассказал о выпускаемых компанией профессиональных дисплеях и привел примеры проектов, в которых были использованы видеостены, составленные из этих дисплеев. Отличительными особенностями дисплеев серий LV77 (47")/LV75 (55") являются узкая рамка и специальное покрытие, обеспечивающее четкое изображение даже при ярком солнечном свете. Петр Козлов также рассмотрел преимущества применения в системах Digital Signage больших дисплеев LS9 (98"), поддерживающих разрешение Ultra HD, сенсорных дисплеев (42", 47", 55" и 84"), а также дисплеев с яркостью 2 тыс. кд/м<sup>2</sup>, которые обеспечивают отличную видимость изображения при установке на улице.

Владимир Козлов (DigiSky) рассказал о том, какие изменения произошли в сфере Digital Signage в России за последние три года, привел примеры самых удачных и неудачных инсталляций. Среди наиболее распространенных ошибок он назвал неправильно подобранные компоненты системы

*Нина Лысова*

Digital Signage, не оптимальное место расположения экрана и не соответствующий задаче контент. А в будущем, по его мнению, активно будут использоваться системы измерения аудитории и интерактивные системы, произойдет усложнение программного обеспечения систем Digital Signage.

Евгения Могилова (Coca-Cola Hellenic) рассказала, почему Coca-Cola использует корпоративное телевидение и как с его помощью донести информацию до 13 тыс. сотрудников компании, работающих в разных городах России. Павел Сидоров, («Адамас») говорил о том, что системы Digital Signage все активнее стали применяться даже в консервативной ювелирной торговле – они используются в оформлении интерьеров и фасадов и привлекают внимание клиентов. Леонид Шепелев («Связной») говорил о том, как можно внедрить корпоративное радио и ТВ, добиться их окупаемости и заработать на рекламе.

Наталья Беем (Scala) рассказала о программном обеспечении InfoChannel 5, которое обеспечивает возможность изменения демонстрируемого контента в зависимости от времени суток, его интеграцию с POS (рекламно-информационными материалами, размещаемыми непосредственно в торговой точке), социальными медиа, данными о наличии



Флориан Ротберг



Владимир Козлов



Видеостена из светодиодных экранов



Видеостена из дисплеев LG Electronics 47"

товара на складе и т.д. Решения Scala также позволяют анализировать, насколько контент интересен посетителям и эффективна ли система Digital Signage.

Наталья Воронцова (AOpen) отметила, что реклама в системах Digital Signage является самым быстрорастущим средством маркетинга и коммуникации и уступает только Интернету, а затем на примере реализованных проектов подробно рассмотрела возможности плеера Digital Engine, который был разработан AOpen совместно с компанией Intel. Насколько успешность системы Digital Signage зависит от релевантного контента, говорил Александр Смирнов (Engage/DigitalLBI).

Глеб Шулишов (Watermedia) представил оригинальный кулер Watermedia,

который оснащен экраном, поэтому каждый, подошедший к нему утолить жажду, воспринимает и рекламное сообщение. Кулер Watermedia был установлен в демонстрационной зоне и обеспечивал водой всех участников конференции. Эта зона в этом году была насыщена самыми разнообразными решениями в области Digital Signage. Так, сразу две компании демонстрировали возможности систем навигации: SmartService – Four Winds Interactive, а DigiSky – 3D Wayfinder. Компания QNAP представила специализированные плееры Digital Signage, контроллеры для видеостен и хранилища данных TurboNAS, которые можно использовать как сетевые проигрыватели цифровых вывесок и презентаций.

DigiSky продемонстрировала видеостену необычной конфигурации, аэротабло для кафе и заправок, систему измерения аудитории Quividi, профессиональные цифровые рамки, светодиодный экран. Компания Disti представила сенсорные системы, контроллеры для видеостен, позволяющие демонстрировать изображение в формате 4K, рекламные медиаплееры, а также программное обеспечение Scala.

Конференция «Digital Signage – альтернативы нет!» еще раз подтвердила, что системы Digital Signage – это эффективный маркетинговый инструмент, канал коммуникации, удобный способ внутрикорпоративного информирования и привлечения дополнительных доходов от продажи рекламы. ▶



Кулер Watermedia



Интерактивная система Digital Signage с ПО и плеером SpinetiX