

ANTAR

DIGIVISION: Applicazione Nuove Tecnologie Al Retail



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



Indice

- 1** Il Digital signage
- 2** Le tecnologie sull'ultimo metro
- 3** Bluetooth
- 4** Windowing
- 5** I contenuti



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



Le nuove tecnologie per la vendita

Le più interessanti novità riguardano ***la gestione e la trasmissione della comunicazione.***

È possibile far arrivare praticamente dovunque i contenuti più adatti alla situazione, con una ricca articolazione multimediale ed interattiva.

È la ***convergenza nel marketing.***

Con la continua riduzione dei costi dell'hardware è sempre più conveniente sostituire i vecchi *media* (cartelli vetrina, espositori statici, schede concorso, ecc.) con analoghi elettronici.

È necessario monitorare le situazioni ed essere pronti a prendere le migliori posizioni.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



Il Dinamic Digital Signage

L'innovazione più
significativa è il **DIGITAL SIGNAGE**.

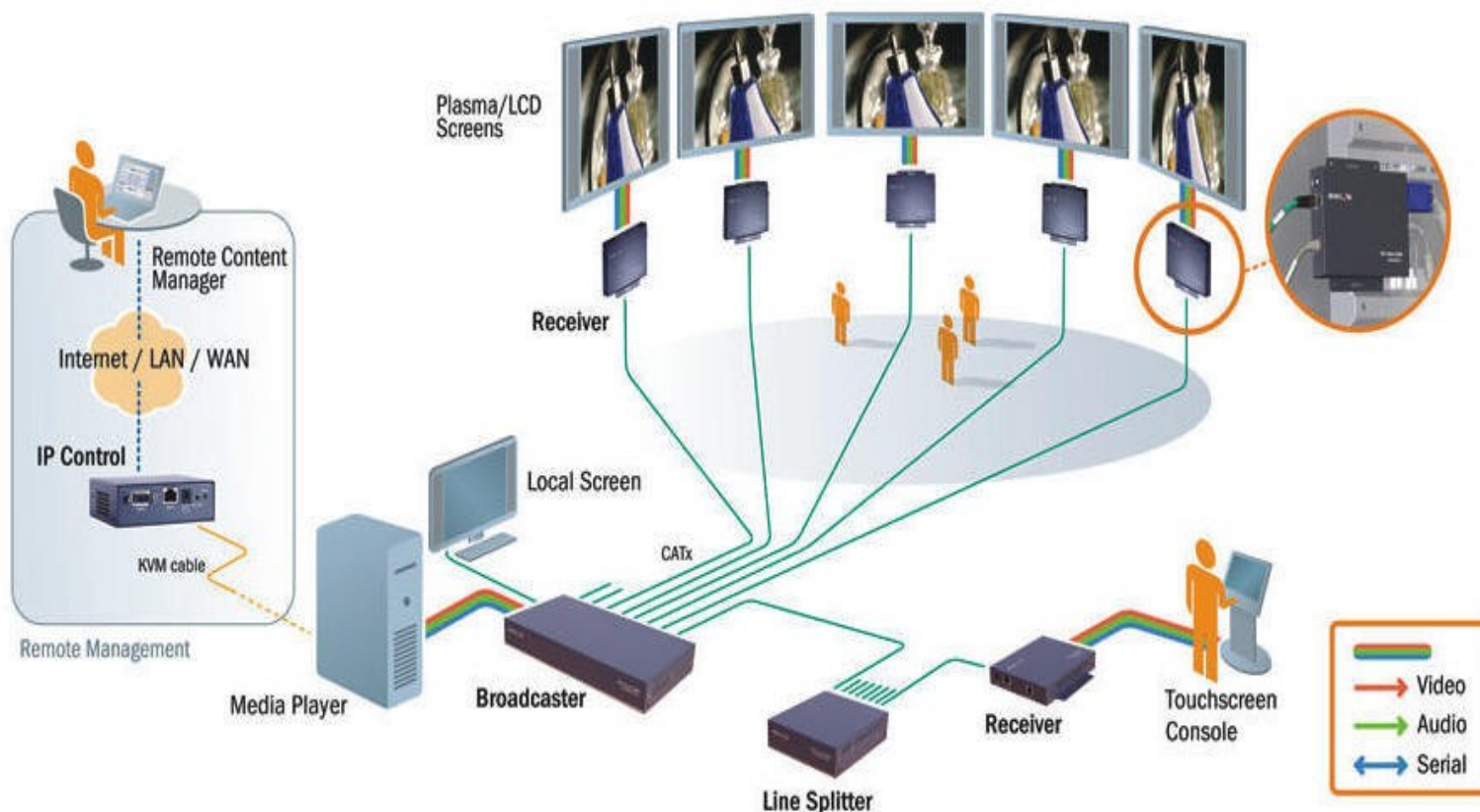
Ma ad essa si aggiungono altre specifiche tecnologie, nella
connessione (il *Bluetooth*) oppure portatrici di maggiore
efficacia comunicativa.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



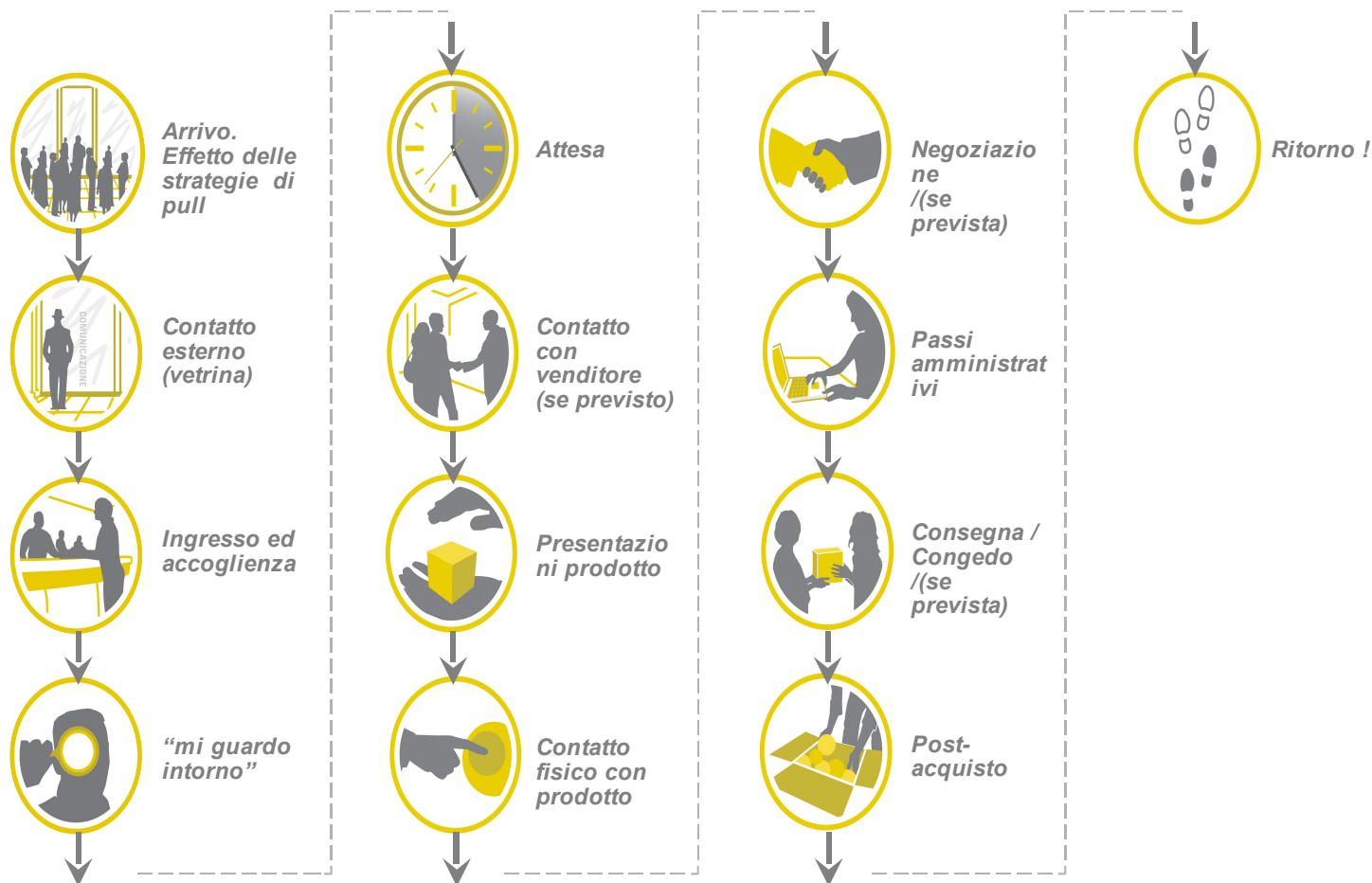
Il modello schematico del Digital Signage



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
 telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
 Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it

Lo schema del processo di acquisto sul punto vendita

(l'ultimo metro)



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it

2. Le tecnologie sull'Ultimo metro

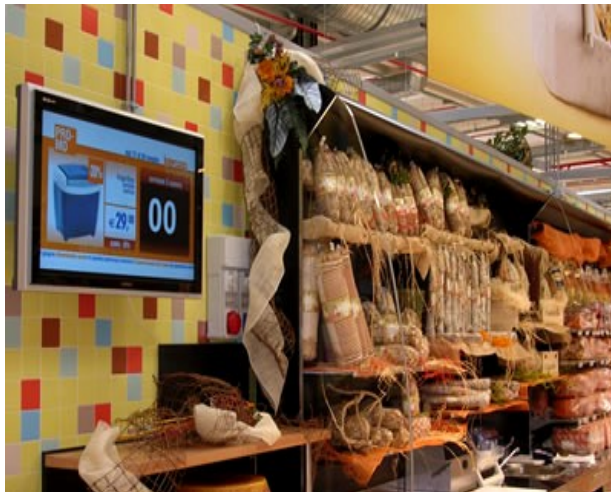
In ciascuna fase del processo di vendita vi può essere l'opportunità di intervenire con azioni mirate

L'efficacia delle azioni dipenderà da:

la scelta della tecnologia ed il suo costo

la coerenza dei valori comunicativi dei contenuti

Ma il tutto deve essere compatibile con la politica del Retailer.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it

2. Le tecnologie sull'Ultimo metro

Sul Lineare

Monitorino con messaggio selling integrato, eventuale audio specifico.

Il piccolo monitor può essere agevolmente piazzato sul lineare, richiede alimentazione e collegamento. Può essere *stand-alone*, i contenuti saranno inseriti con una scheda di memoria.

Siamo ***all'ultimo centimetro***.



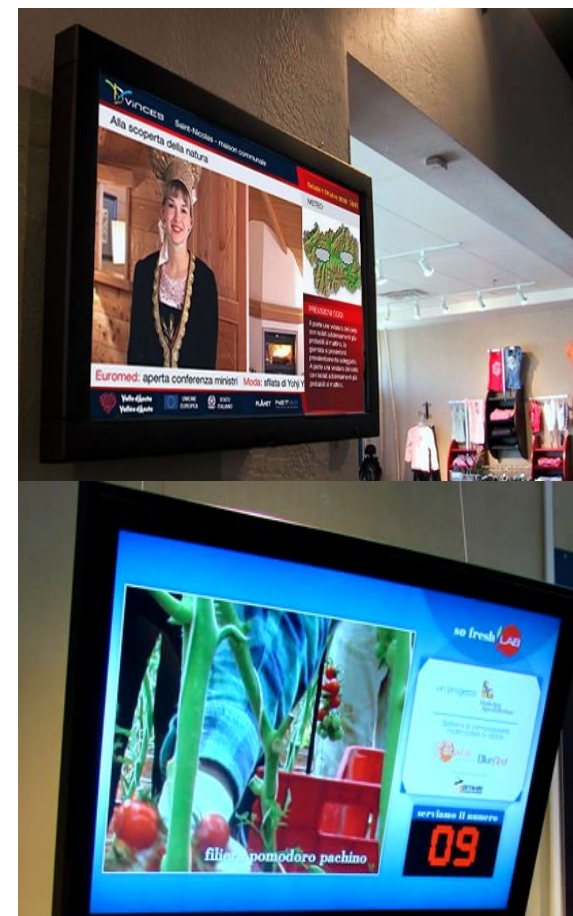
DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it

2. Le tecnologie sull'Ultimo metro

Schermo sospeso a muro

Piazzati a parete, attirano l'attenzione più col video che con l'audio.

Il messaggio è **selling** ma anche **brand building**.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



2. Le tecnologie sull'Ultimo metro

Plasma su casse



Schermo visibile da n code

Muto ma con comunicazione *impressive*

Puro advertising oppure selling per espositori/cassa

Invito a **collegamento Bluetooth** per **agevolare attesa**

Può essere l'inizio del ciclo di acquisto successivo.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it

2. Le tecnologie sull'Ultimo metro

Proiezioni

Il video è proiettato su una parete o su uno schermo, dimensioni ampie.

Luce eccessiva può deteriorare la visibilità.

Ma l'efficacia comunicativa può essere forte.

La qualità sarebbe migliore con retroproiezione, ma vi sono problemi di spazio.



Può essere utile per il ***lancio di un nuovo prodotto***.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



3. Bluetooth: le fasi di invio di un messaggio

1 Attiva Bt:

tramite un supporto visivo, un cartello su lineare o un monitor posizionato all'ingresso del punto vendita, si avviserà il cliente che, attivando la funzione bluetooth del proprio cellulare, potrà ricevere un contenuto multimediale gratuito.

In questo modo si **richiamerà la sua attenzione** e ci saranno maggiori possibilità di trovare segnali bluetooth accesi. Si tratta di una tecnologia che ancora oggi la maggior parte delle persone attiva solo nel momento della necessità. I segmenti giovani sono più aperti allo strumento.

2 Permission:

la tecnologia Bluetooth permette all'utente di scegliere se accettare o no di ricevere contenuti. In questo modo si utilizzano i meccanismi del **"permission marketing"**: il consumatore può decidere se vuole essere esposto o meno a una comunicazione.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



3. Bluetooth: le fasi di invio di un messaggio

3 Messaggio:

ci sono numerose alternative che si possono considerare per la strutturazione del messaggio da inviare, esso può essere ***puramente comunicativo***, o ***informativo sulle promozioni***. Può essere un testo, un'immagine o una grafica, un video o un'animazione, un suono, messaggi brevi ma icastici.

Con una ulteriore tecnologia a questa fase si può agganciare un mezzo per veicolare l'interattività (punti successivi).

4 Interazione:

una volta agganciato il cliente, tramite il cellulare è possibile costruire una successiva relazione secondo i criteri del mobile marketing.

Un'interazione più ricca potrà essere realizzata nel punto vendita con un chiosco touch screen, al quale l'utente è indirizzato tramite il contenuto ricevuto via bluetooth. Con questo strumento diventa possibile distribuire materiale cartaceo, prodotto con una piccola stampante inserita nella postazione. Attraverso il totem, dopo aver chiesto il consenso, si potranno raccogliere alcuni dati personali, passando così dall'iscrizione anonima a quella individuale, creando un database ed eventualmente una community.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it

L'albero delle connessioni



Il messaggio di attivazione ha comunque un riferimento al Brand.

La lettura del messaggio è un risultato di comunicazione.

L'interazione può consistere in una chiamata al cellulare ingresso al sito web oppure ad un contatto con il totem.

L'utilizzo del QRtag agevola le successive connessioni bluetooth ed in generale l'interazione con il touch screen.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



3. Windowing

Le vetrine, la facciata, gli spazi pertinenti, tutto può diventare medium per comunicare al cliente.

Obiettivi possono essere l'aumento del **traffico** sul punto, lo **stimolo** all'acquisto con offerte, ma anche il **brand building** e la gestione della **relazione** con la clientela.

Fondamentale è la possibilità di azioni di **marketing nel fuori orario**.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
 telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
 Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



Vetrina animata

Uno schermo in verticale simula un poster a stampa, in cui primeggia una figura umana.

Inizialmente fisso, ***improvvisamente si anima e si rivolge al passante.***

Un messaggio, a gesti ed a voce, ad alta ***memorabilità***, più ***brand awareness*** che selling.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



Installazioni all'esterno

Le strutture **GDO** hanno attorno ampi spazi in cui si muove lo stesso pubblico del locale, prima e dopo l'acquisto.

E' possibile pensare ad alcune interessanti soluzioni di **street extension** :

grande schermo di digital signage outdoor
proiezioni fisse o in movimento su pareti, schermi di nebbia o fumo
vetrine che riprendono la realtà ed in maniera deformata la proiettano su scala più ampia
pixman, figurante che porta su di sé uno schermo (ex uomo sandwich)

Queste installazioni sono da considerarsi effetti speciali da usarsi **per lanci prodotto o importanti brand reactivation.**

Strumenti ancora più sofisticati sono in continua evoluzione, in cui l'innovazione cattura l'attenzione del pubblico.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it



I contenuti

La situazione (più che il media stesso) impone che i contenuti siano accortamente gestiti, naturalmente con la massima integrazione all'interno del piano marketing.

Il Punto Vendita ha suoi rumori di fondo che impediscono di usare lo stesso audio del messaggio tv o cine: le parole non si comprendono appieno, la musica si impasta.

Occorre ***evitare che il messaggio si appiattisca*** e non susciti attenzione .

I messaggi debbono essere brevi e chiari (20”), la “visività” deve essere esaltata da un montaggio molto dinamico.

L'efficacia delle azioni ANTAR dipende strettamente dalla capacità di pilotare i contenuti.



DIGIVISION srl - Viale Piave 3 - 20129 MILANO Italy
telefono ++39 02 7600 7932 - fax ++39 02 7601 6305
Ufficio vendite e-mail: vendite@digivision.it