

# VII Международная конференция «Digital Signage – альтернативы нет!»

*Нина Пантелеева*

**В** современном мире для рекламы, которая, как гласит известный афоризм, — двигатель торговли, все чаще используются цифровые технологии. Сейчас на помощь маркетологам пришли системы Digital Signage. Им и была посвящена VII Международная конференция «Digital Signage – альтернативы нет!», прошедшая 8 июня 2017 года в московском Центре международной торговли на Красной Пресне.

Открывая конференцию, ее основатель Владимир Козлов (DigiSky group) сказал: «Мы долго думали, что делать с конференцией, так как казалось, что за несколько лет существования она уже себя изжила. Но нам удалось найти хорошего партнера – отраслевое мероприятие в сфере розничной торговли «Неделя российского ритейла», и новый формат позволил нам привлечь интересных докладчиков».

Спонсорами конференции в этом году выступили компании easescreen, LG Electronics, Intel, «Софтинг», AMC, Addrality, BenQ, CTC Capital, iiyama, IMS, initium, LOOK, Nexcom, SES-Imagotag, Shuttle, а ее партнером стала компания Visiobox. Провели мероприятие Владимир Козлов и Анна Лебедева (POPAI Russia).



*Фил Дэй*

Все выступления были посвящены тому, как сделать проекты Digital Signage максимально эффективными. Открыл конференцию специальный гость Фил Дэй (POPAI UK). Он рассказал, как создать проект Digital Signage, позволяющий решать поставленные бизнес-задачи, дал полезные советы для каждого этапа работы над ним и привел примеры наиболее интерес-

ных проектов, реализованных в Англии в последние годы (Heinz, Unilever, Vodafone, Boots и др.).

Опытом успешного применения конструкций Digital Signage поделились представители компаний-заказчиков – «Московского ювелирного завода», McDonald's Russia и др. Новый подход к навигации и управлению потоками посетителей в торговых центрах представили Николай Алаев (LG Electronics) и Дан Полонский (ТПК «Горизонт»). Они рассказали о системе навигации, реализованной в торгово-развлекательном комплексе «Горизонт». Использованные в нем подвесные цифровые указатели не только привлекают внимание посетителей и помогают им лучше ориентироваться, но и позволяют показывать информацию о действующих акциях в том или ином магазине.

Особый интерес вызвало выступление Дениса Сологуба («Азбука вкуса»). Он рассмотрел причины, которые удерживают компанию от установки систем Digital Signage в супермаркетах. О нюансах и подводных камнях, которые часто не учитывает при планировании проекта заказчик, рассказали Дамиан Фрунза (Eutron) и Стефан Питл (easescreen). Они подчеркнули, что проект Digital Signage



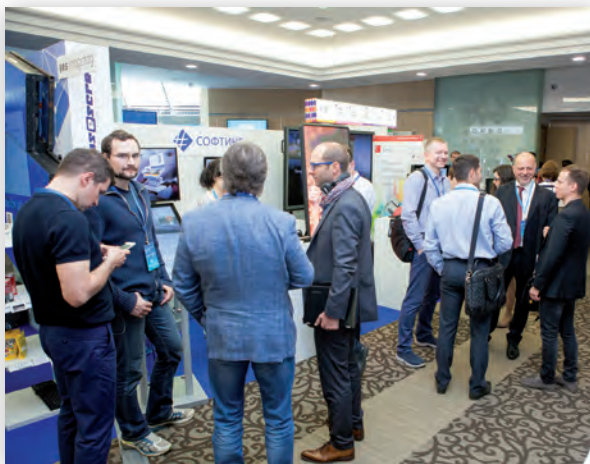
*Участники конференции*



*Дан Полонский, Николай Алаев и Анна Лебедева*



Стефан Питли



В выставочной зоне



На стенде IMS

должен быть гибким, масштабируемым и предлагать широкий функционал для развития системы. В качестве примера был представлен крупнейший румынский банк. В его 523 отделениях установлено более 900 дисплеев, которые успешно функционируют более 2,5 лет, и этот проект постоянно развивается.

Евгений Бакунов и Стефан Драгас (Intel) рассказали о неограниченных возможностях, которые открывает стремительно развивающийся «Интернет вещей» для персонализированной и целевой коммуникации с клиентом. Трендами в современных проектах Digital Signage все чаще становятся игровой режим и интерактивность. Все выступающие так или иначе затрагивали подобные решения для ритейла: будь то интерактивная витрина, дополненная реальность, сенсорный навигационный киоск и т.д. О возможностях, которые дает ритейлу использование этих технологий, рассказал Дмитрий Шкляр (Screemo).



Алексей Панфилов

Все докладчики сошлись в одном – любой проект Digital Signage будет пустой тратой времени и денег без соответствующего контента. Как соблюсти пропорции между имиджевым и рекламным контентом, учесть все особенности разнообразных цифровых поверхностей и привлечь внимание посетителей, рассказал Алексей Панфилов (WorldMirrorGroup) на примере проекта, реализованного для торгового центра «Океания».

Увидеть современное оборудование и решения для Digital Signage участники конференции могли на выставке, сформированной из стендов ведущих игроков индустрии.

Так, российская компания AMC представила различные модели видеопанелей, контроллеров для видеостен, коммутационного оборудования и камер для видеоконференций собственной разработки. А на стенде IMS демонстрировались возможности сетевых медиаплееров BrightSign для систем Digital Signage, которые поддерживают форматы видео Full HD и 4K, работу с HTML5 и IP-потоками. Для этого использовалась профессиональная 65" видеопанель компании Hyundai IT, имеющая высокую яркость, тонкую рамку, которая обеспечивает изображение высокого качества и может работать в режиме 24/7.

Представители компании Easescreen на своем стенде рассказывали о возможностях программной платформы, совместимой с любыми цифровыми плеерами, которую можно использовать как в стандартных проектах Digital Signage, так и в более сложных, например, в системах с привязкой к данным и интерактивных. Компания iiyama представила различные сенсорные

дисплеи, в том числе 65» и 86» модели 4K и 32» Full HD, которые оснащены проекционно-емкостным сенсорным экраном, обеспечивают высокое качество изображения и точную реакцию на прикосновения.

LG Electronics демонстрировала возможности цифрового указателя Diectorix, который работает на базе профессиональных дисплеев LG и обеспечивает удобную навигацию в различных помещениях, а также тонкий 55" OLED-дисплей Full HD толщиной всего 3,65 мм с очень узкой рамкой (1,2 мм).

На стенде компании Nexcom можно было узнать о возможностях интерактивных решений Digital Signage, дополненных облачными технологиями Big Data, которые помогают создать по-настоящему «умный магазин». В выставке приняли участие и другие компании.

Подводя итоги мероприятия, Владимир Козлов отметил, что многие участники назвали прошедшую конференцию одной из самых интересных и удачных из семи уже состоявшихся как по представленной информации, так и с точки зрения пользы для бизнеса. ▶



Тонкий Full HD OLED-дисплей LG с диагональю 55"