

White Paper

Digital Signage Guide (Basic)

Eine zeitgemäße Kommunikation mit Kunden als auch Mitarbeitern wird in einer zunehmend digitalen Welt immer wichtiger, aber auch immer vielschichtiger. Während sich viele Unternehmen im Rahmen der Digitalisierung vermehrt auf die Prozessoptimierung im Back-End konzentrieren, wird der Kunden- bzw. Mitarbeiterinformation oftmals wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Dies ist oft nur bedingt nachzuvollziehen, da gerade hier meist das größte Optimierungspotenzial besteht.

Eine Möglichkeit diesem Umstand Abhilfe zu schaffen, besteht in der Verwendung von Digital Signage Lösungen. Der Begriff Digital Signage (dt.: digitale Beschilderung) beschreibt im Allgemeinen den Einsatz digitaler bzw. interaktiver Medieninhalte durch intelligente Werbe- und Informationssysteme. Da der Begriff je nach Betrachterkreis unterschiedlich ausgelegt wird, wird in folgendem White Paper auf die gängigsten Anwendungsbereiche eingegangen.

KIOSKSYSTEME

Kiosksysteme sind interaktive Lösungen, die meist im öffentlichen oder halböffentlichen Raum eingesetzt werden, um entweder Informationen an bestimmten Orten zu übermitteln oder um bestimmte Prozesse zu automatisieren.

KONTEXTABHÄNGIGE VERKAUFSUNTERSTÜTZUNG

Ein weiteres Einsatzgebiet von Digital Signage Lösungen besteht in der Darstellung von kontextabhängigen Werbebotschaften, wobei sich der Kontext im Wesentlichen auf den Ort oder die Zeit bezieht.

GUIDANCE-SYSTEME

Guidance-Systeme sind Systemlösungen mit denen die Kunden bzw. Mitarbeiter bei einer bestimmten Aktion unterstützt werden können, wobei das Einsatzgebiet so vielfältig wie die Unterstützungsmöglichkeit ist.

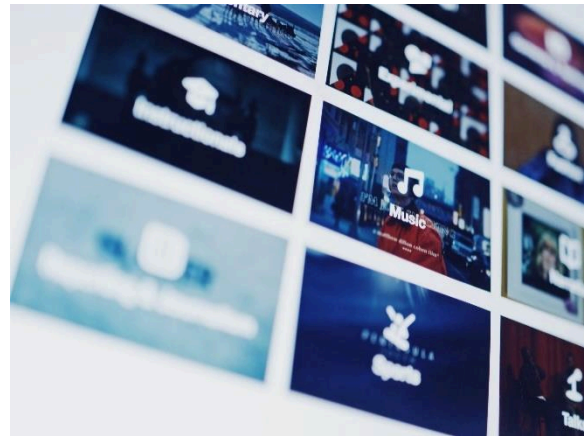
AMBIANCE-LÖSUNGEN

Ambiance-Lösungen sind in der Regel großflächige Digital Signage Installationen, mit deren Hilfe bestimmte Emotionen vor Ort hervorgerufen bzw. unterstützt werden können.

KIOSKSYSTEME

Kiosk-Systeme stellen im Allgemeinen eine dynamische bzw. eine anwenderorientierte Form der Kommunikation dar. Kiosksysteme sind interaktive Lösungen die meist im öffentlichen oder halböffentlichen Raum eingesetzt werden, um entweder Informationen an bestimmten Orten zu übermitteln (Informationssysteme) oder um bestimmte Prozesse zu automatisieren (z.B. Self-Service Terminals).

Art, Umfang und Ausgestaltung der Kiosksysteme sind dabei so facettenreich, wie die entsprechenden Anforderungen vor Ort. Von einer einfachen Touchsteuerung mittels einzelner Bedienelemente bis hin zu komplexen Menüstrukturen kann systemtechnisch alles abgebildet werden. Praktisch gesprochen sind die Einsatzmöglichkeiten in einem prozessualen Kontext nahezu unbegrenzt.



MEHRWERT

Ausgehend von der Standardisierung der Kommunikation bzw. der Automation bestimmter Prozesse, liegt der Hauptmehrwert der Kiosksystemen im Wesentlichen in der Kostenreduktion. Wo früher bspw. Mitarbeiter für bestimmte Prozesse separat eingesetzt wurden, können heute Kiosksysteme helfen, Personal an diesen Stellen einzusparen bzw. diese an andere Stelle effizienter einzusetzen.

Neben dem Vorteil der Kostenreduktion können Kiosksysteme ebenfalls dazu beitragen, die kommunikationsbedingten Reibungsverluste mit der jeweiligen Zielgruppe zu reduzieren. Kunden die bspw. demselben Interface wie auf der Unternehmenswebsite begegnen, sind mit diesem eher vertraut und wissen, wie dieses handzuhaben ist.

KONTEXTABHÄNGIGE VERKAUFSUNTERSTÜTZUNG

Ein weiteres Einsatzgebiet von Digital Signage Lösungen besteht in der Darstellung von kontextabhängigen Werbebotschaften. Der Begriff Kontext kann dabei in vielerlei Richtung ausgelegt werden. Der Kontext kann sich u.a. auf den Ort, die Zeit, das Wetter oder sonstige Dimensionen beziehen.

Ein Beispiel für die Berücksichtigung des ortbezogenen Kontextes sind bspw. Installationen im Kassen- bzw. Verkaufsbereich, über die gezielt Produkte und Verkaufsangebote beworben werden. An dieser Stelle wird die kontextbezogene Darstellung meist über die zeitliche Schiene in der Form ergänzt, als dass die entsprechenden Angebote zusätzlich zeitdifferenziert dargestellt werden (Tages-, Wochen- und Monatsangebote).

Im Hinblick die zunehmende Vernetzung aller Bereich des täglichen Lebens und steigenden Informationsmengen ist es wichtig, dass die kontextbezogene Darstellung stetig überprüft und angepasst wird. Je besser es gelingt den Kontext, insb. den des Betrachters zu berücksichtigen, desto höher ist der Kommunikationserfolg.



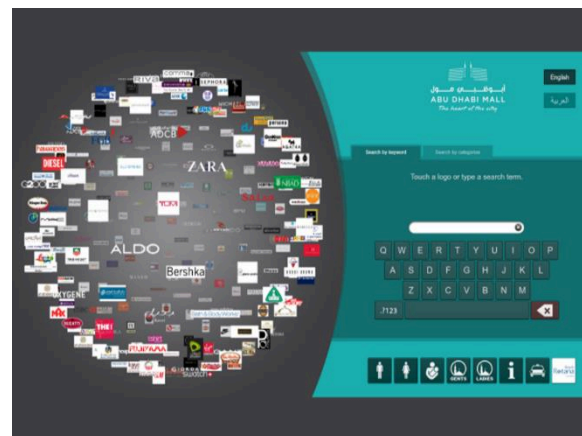
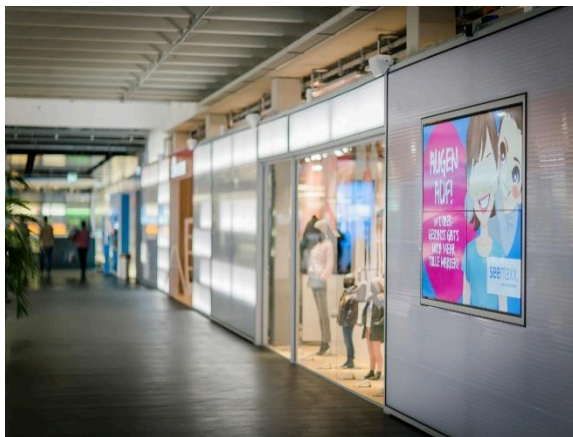
MEHRWERT

Der Hauptmehrwert der kontextbezogenen Darstellung von Informationen liegt in der gesteigerten Kommunikationseffizienz. Wo man früher Inhalte wahllos und ohne Kontextbezug der jeweiligen Zielgruppe präsentiert hat, so können heute Informationen zielgruppengenau und kontextbezogen ausgespielt werden. Dies führt dazu, dass Inhalte aus Sicht der Zielgruppe als relevanter wahrgenommen werden und die Zielgruppe im Verhaltensprozess gezielter unterstützt bzw. gelenkt werden können.

GUIDANCE-SYSTEME

Guidance-Systeme sind Systemlösungen mit denen Kunden bzw. Mitarbeiter bei einer bestimmten Aktion unterstützt werden können. Die Ausgestaltung der Guidance-Systeme ist dabei so vielfältig, wie die Möglichkeiten der Unterstützung. Häufig eher passiv eingesetzt, können diese auch interaktiv gestaltet sein.

Die wohl bekannteste Verwendungsform von Guidance-Systemen ist das Wegeleitsystem, wodurch Kunden bzw. Mitarbeiter schneller zum gewünschten Ziel geführt werden können. Wo man früher tendenziell einen entsprechenden Mitarbeiter zu Rate ziehen musste, so ist es mit einer entsprechende Terminal-Lösung möglich, dass sich der Nutzer selbst eine Auskunft einholen kann.



MEHRWERT

Ähnlich zu den Kiosksystemen steht bei den Guidance-Systemen die Prozesseffizienz im Vordergrund. Durch Guidance-Systeme lassen sich Freiräume in der Entscheidungsfindung aufgrund von fehlenden Informationen reduzieren, wodurch Prozesse standardisiert und beschleunigt werden können. Im Ergebnis können entsprechende Systeme helfen die Servicequalität zu heben und letztendlich auch das Ergebnis zu steigern.

AMBIANCE-LÖSUNGEN

Ambiance-Lösungen sind in der Regel großflächige Systeme, die oftmals als Teil des Ladenbaus die Markenbildung bzw. die Atmosphäre vor Ort unterstützen. Ambiance-Lösungen können dabei in unterschiedliche Größe, Form und Anordnung eingesetzt werden, wobei der Begriff Ambiance in vielerlei Richtung gestreckt und ergänzt werden kann. Bspw. ist es möglich die zunächst visuell angelegte Ambiance-Lösung mit entsprechender Licht- und Tontechnik zu ergänzen, sodass ein multisensorisches Gesamterlebnis geschaffen werden kann.



MEHRWERT

Während bei den eher performanceorientierten Systemen die Darstellung von zielgerichteter Werbung im Vordergrund steht, werden bei Ambiance-Systemen vielmehr Bilder dargestellt, die bei der Zielgruppe bestimmte Emotionen unterstützen bzw. hervorrufen sollen. Der größte Mehrwert von Ambiance-Lösungen ist daher eher imagegetriebener Natur, da mit der jeweiligen Installation meist ein gewisser Anspruch unterstrichen werden kann.