



W tym roku czekają nas duże wdrożenia

Maciej Rzeźnik, dyrektor zarządzający Emtronetu i prezes zarządu VMR New Media Agency

W Polsce brakuje badań na temat rynku Digital Signage. Dane o wartości sektora DS w naszym kraju bywają sprzeczne i trudno jednoznacznie ocenić, które są najbardziej wiarygodne. Podsumowując rok 2009, IMS Research szacował globalną wartość rynku na 3,9 mld dol. Wiemy również, że w 2010 w Stanach Zjednoczonych sektor Digital Out-of-Home oszacowano na 2,07 mld dol. Problemem jest wciąż systematyka badawcza, w niektórych zestawieniach cyfrowe nośniki indoor i outdoor liczone są razem, w innych oddzielnie.

Ubiegły rok był okresem, w którym wiele inwestycji zostało wstrzymanych. Niepewna sytuacja gospodarcza spowodowała, że realizację kilku dużych projektów przesunięto na kolejne lata. Na instalacje zdecydowało się natomiast wiele mniejszych podmiotów, takich jak pojedyncze hotele. Przykładem jest hotel Ilonn

w Poznaniu, w którym zrealizowaliśmy projekt nowoczesnej sieci Digital Signage na trzech wyświetlaczach. Od początku 2011 r. oczekujemy ożywienie w sektorze i można się spodziewać, że w tym roku czekają nas kolejne duże wdrożenia.

Sieć centralnie zarządzanych monitorów służy do komunikacji wewnątrz korporacyjnej i dystrybucji informacji, ale także ułatwia sprzedaż reklam. Klientami integratorów Digital Signage są więc podmioty z różnych branż. Dotychczas do najbardziej aktywnych należą te, w których DS pełni funkcję reklamową lub wizerunkową: centra handlowe, placówki finansowe, sieci retail. Zazwyczaj marża uzyskiwana przez integratorów w przypadku sprzedaży urządzeń i oprogramowania jest niewielka, lepszym źródłem dochodów są usługi dodatkowe, zapewniające efektywne funkcjonowanie sieci, takie jak przygotowanie contentu, opieka techniczna.

Emtronet jest generalnym dystrybutorem odtwarzaczy Onelan. Na terenie Polski współpracujemy z partnerskimi agencjami reklamowymi, w przypadku niektórych projektów występującymi w roli pośredników. Na stałe prowadzimy również osobną jednostkę organizacyjną odpowiedzialną za kreację contentu.



Najlepiej zacząć od prostych rozwiązań

Mariusz Orzechowski, dyrektor przedstawicielstwa NEC Display Solutions Europe GmbH w Polsce

Oszacowanie wartości polskiego rynku rozwiązań DS wciąż jeszcze jest przed nami, niemniej jednak ta branża z całą pewnością dynamicznie się rozwija. Dlatego resellerzy, nawet ci, którzy nie dostarczali wcześniej tego typu produktów, mogą znaleźć na rynku Digital Signage miejsce dla siebie. Na początek dobrze byłoby przeanalizować potrzeby aktualnych klientów. Z pewnością niejedynym potrzebuje systemu z monitorem wielkoformatowym, powiedzmy na stoisko targowe, monitorów do wewnętrznego PR w firmie lub po prostu nowoczesnych nośników reklamowych, np. na witrynie sklepu. Łatwo więc zacząć od oferowania nieskomplikowanych systemów. Pamiętajmy jednak o tym, że w obrębie DS mieści się wiele produktów: roz-

wiązania interaktywne z wykorzystaniem projektorów i monitorów dotykowych, ściany wideo – monumentalny nośnik reklamowy, sieci DS w galeriach handlowych, salonach sprzedaży, systemy DS w bankach, wystawy multimedialne w muzeach, e-informacja w urzędach, sądach etc. Lista odbiorców jest właściwie nieskończona.

Należy też uwzględnić, że DS obejmuje nie tylko sprzedaż nośników, lecz również obsługę posprzedażną, serwis sieci, tworzenie zawartości umieszczanej na nośnikach etc. To rynek, na którym im większe zaangażowanie resellera i oferowana przez niego wartość dodana, tym wyższa (zwłaszcza w porównaniu z uzyskiwaną w przypadku sprzedaży popularnego sprzętu IT) marża, z całą pewnością dwucyfrowa.

Z resellerami współpracujemy od dawna. Bez ich wiedzy i wsparcia dzisiaj ta branża nie rozwijałaby się tak dobrze. Oferujemy naszym partnerom pomoc w realizacji projektów, regularne, specjalistyczne szkolenia techniczne z zakresu rozwiązań DS oraz codzienne wsparcie techniczne.



Siła wielkiego formatu

Karolina Jonko-Małecka, Country Product Manager LCD i EBOX/ETOP w Asusie

Szeroko pojęta forma reklamy i przekazu informacji za pomocą cyfrowych urządzeń już od dawna zdobywa w Polsce popularność. Wykorzystywane są telebimy, panele LCD, ekrany LED, projektory multimedialne itd. Wyświetlacze wielkoformatowe cieszą się niezwykłą popularnością ze względu na duże rozmiary oraz możliwość szybkiej zmiany prezentowanej treści, co jest atrakcyjne dla odbiorcy. Asus również zaczął je produkować, ale nie wpro-

wadziliśmy ich jeszcze na rynek europejski. Zauważamy jednak znaczące zapotrzebowanie na takie rozwiązania. Dlatego w Polsce startowaliśmy do tej pory w przetargach związanych z zastosowaniem paneli do reklamy, przedstawiając ofertę monitorów LCD i LED marki Asus. Nasze panele LCD i LED, mierzące maksymalnie 27 cali, mogą być wykorzystywane do reklamy w systemach Digital Signage na lotniskach, w punktach sprzedaży, sieciach usługowych (np. centrach handlowych, firmach turystycznych, agencjach nieruchomości, punktach informacji miejskiej itp.). W Azji sprzedajemy również projektory cyfrowe marki Asus, które mogą stanowić element rozwiązań Digital Signage.