

16 dicembre 2013

Web Signage: schermi camaleontici, per una comunicazione one to one, come in Minority Report

Categoria: Comunicazione e Produzione, Aziende, Carriere e Mercati



Un team di fisici e informatici di Catania ha sviluppato, tra i primi a livello mondiale, un programma di Digital Signage che rende gli schermi pubblicitari "intelligenti" e in grado di percepire automaticamente, nel rispetto dell'anonimato e della privacy, il profilo (sesso, età, area geografica, grado di gradimento) di chi li sta guardando. Un sistema avveniristico, per selezionare i messaggi in base all'interlocutore, utilizzabile non solo nel marketing, ma anche come strumento orientativo e informativo in contesti di pubblica utilità.

E' di un team italiano, più precisamente di Catania (www.edisonweb.com), il progetto software, denominato "Web Signage", che sembra uscito dalla penna di Philip Dick.

Un'applicazione che rappresenta la più avveniristica frontiera del

Digital Signage, quella particolare forma di comunicazione che si avvale di megascreen e display interattivi. Schermi fino a ieri dotati anche, nei casi di interattività, di una propria intelligenza, ma non della capacità di percepire il profilo (sesso, età, etnia, grado di gradimento) del proprio interlocutore. Già perché, da oggi, grazie a questo programma "web based" (www.websignage.eu), un qualsiasi schermo informativo, potrebbe essere in grado di "capire" se ha davanti un ragazzo di vent'anni o una signora di cinquanta e reagire di conseguenza. Un sistema avveniristico per selezionare i messaggi in base all'interlocutore, utilizzabile non solo nel marketing e nella pubblicità, ma anche, come strumento orientativo e informativo, negli ospedali e in altri contesti di pubblica utilità. Un modo che ci permetterà di "risparmiarci" moltissima pubblicità che non ci riguarderebbe, ma soprattutto di avere un ausilio personalizzato, in tempo reale, nei contesti adibiti ai servizi pubblici e privati (scuole, ospedali, uffici pubblici, centri commerciali).

La possibilità, nel rispetto dell'anonimato, di vedere solo messaggi rivolti al nostro profilo

Un comune denominatore del vivere moderno è il sentirsi bersagliati dagli spot pubblicitari. Televisione, giornali, web, spazi e mezzi pubblici: ne siamo contornati continuamente. D'altro canto, è banale dirlo, la pubblicità è inevitabile, anzi, è una risorsa fondamentale nell'economia di qualsiasi paese: informa e orienta la domanda e permette a molte altre realtà di ricavare degli utili indispensabili. Il problema allora può essere posto in modo diverso. Quantadella pubblicità a cui siamo soggetti contiene messaggi potenzialmente utili per noi? Facciamo un esempio. Sono una ragazza di vent'anni e mi trovo in uno store di abbigliamento. Davanti a me, su uno schermo, si alternano immagini che propongono capi per bambini, donne, uomini, ragazzi e ragazze. Quanto dovrò aspettare prima di vedere qualcosa di adatto a me? Immaginiamo invece che lo schermo in questione, nel rispetto della privacy e dell'anonimato, sia in grado di capire all'istante che la persona che lo sta guardando è una ragazza di vent'anni e che in quel caso è opportuno far passare solo informazioni inerenti l'abbigliamento per giovani di sesso femminile. Non sarebbe molto più comodo? Oggi tutto questo non è più solo fantascienza, ma una realtà tangibile denominata, dai suoi inventori, "Web Signage". Una tecnologia che caratterizzerà sempre di più le nostre interazioni con il mondo e che ha già riscosso l'interesse di alcune aziende italiane, tra cui Majrani group - che ha utilizzato la piattaforma Web Signage per realizzare "Pop Channel", vincitore del "POPAI Global Award 2013" e già adottato come sistema espositivo da molti brand internazionali, tra i quali Nivea e Ferrero - e inventata con il suo "Fast Shop", vincitore della terza edizione del concorso "DIVA Display Italia Viscom Award".

Web Signage è quindi in grado di:

- Profilare il cliente e fornirgli in tempo reale una risposta adeguata e pertinente
- Analizzare il comportamento del cliente nel momento d'acquisto
- Misurare il ritorno di una campagna
- Misurare il tasso di conversione
- Caricare ogni dato su una piattaforma di reporting utile per ulteriori riflessioni strategiche

Tutte le informazioni provenienti dai sensori sul campo sono quindi facilmente accessibili, attraverso un'interfaccia di analisi, con grafici e report già pronti, consentendo una rapida interpretazione dei dati e dei feedback raccolti. Un valido strumento per rispondere alle tipiche domande che da sempre assillano il marketing di ogni azienda: "Chi sono i miei acquirenti?", "Quale comunicazione nel punto vendita è più efficace per valorizzare la mia offerta di prodotto?", "Quante persone, con quale profilo demografico e per quanto tempo sono state di fronte al mio espositore?", "Quale è il tasso di conversione in vendita?". Web Signage può essere fornito in "affitto", come soluzione chiavi in mano, inclusa la piattaforma su cloud, che consente di programmare una campagna pubblicitaria interattiva e distribuirla in ogni angolo del mondo, senza l'inevitabile necessità di doversi dotare di un'infrastruttura server.

L'applicazione di Web Signage "Pop Channel"

A un primo sguardo Pop Channel, può apparire come uno dei tanti espositori multimediali con display, presenti all'interno di aree commerciali o in zone pubbliche di grande passaggio. Ma nulla di tutto ciò, Pop Channel infatti, non trasmette in loop spot preconfezionati, ma sceglie, all'interno del proprio "repertorio", solo proposte potenzialmente pertinenti alla persona che ha di fronte, tenendo inoltre conto, se di utilità, di altre variabili, quali, orario, tempo atmosferico e qualsiasi altro dato che possa fare la differenza. Pop Channel è in grado, con un procedimento di face detection - attuato tramite sensori tarati su precisi parametri biometrici - di tracciare un profilo anonimo (sesso, età, stato d'animo) della persona che ha di fronte e di rispondere in tempo reale con informazioni adeguate. Un approccio pragmatico, che permette non solo di personalizzare al massimo la scelta dei messaggi forniti, ma anche di registrare, sempre nel rispetto della privacy e dell'anonimato, comportamenti, feedback, tempi di permanenza davanti ai display, gradimento e una serie di altri dati gestiti da un'unica entità orchestrante. Informazioni molto utili e in un certo senso più significative di quelle ottenibili dalle fidelity card, che molto spesso vengono usate da più persone all'interno dello stesso nucleo familiare

Pop Channel vince il premio "POPAI Global Award 2013"

Il 23 aprile scorso a Chicago, POP CHANNEL è stato premiato quale miglior progetto mondiale, tra quelli partecipanti al "POPAI Global Award 2013", la più importante competizione mondiale sulle nuove tecnologie nel punto vendita. La valutazione è stata espressa da una giuria di 20 rappresentanti del trade & retail marketing di tutto il mondo. I membri sono profili provenienti da multinazionali come P&G, Unilever, L'oreal, Bayer, Mars Petcare, Coca Cola, nonché dai principali retailers mondiali.

L'applicazione di Web Signage "FastShop" di Inventia

Fast Shop si può definire come l'evoluzione del chiosco digitale, in grado di interagire con un operatore reale a distanza, sia per ottenere informazioni su un prodotto o servizio che per acquisire documenti o compilare contratti. Anche in questo caso, l'utilizzo della piattaforma Web Signage ha consentito di utilizzare i grandi schermi per visualizzare elementi di attrazione, come video, spot pubblicitari, invito alla interazione tramite codici QR e profilare in anticipo la persona che si accosta al terminale, attraverso l'analisi facciale anonima.

"FastShop" vince la terza edizione del concorso "DIVA Display Italia Viscom Award"

Il 5 ottobre scorso, a Milano, nel corso della 25° Mostra Convegno Internazionale di Comunicazione Visiva, il progetto "Fast Shop" è stato premiato, nella categoria Digital Signage, quale migliore e più innovativa soluzione espositiva sul punto vendita.

« [Police annuncia che Neymar Jr. è...](#) [Llg leading luxury group: Nominati...](#) »
<- [Indietro a: News](#)