

Was ist Digital Signage

Teil 4

Mit Hilfe von Donna Shaw von Dynamax werfen wir einen Blick darauf, wie man ein Digital-Signage-Netzwerk erweitert. Wandel ist unvermeidlich – Wachstum ist gewollt



Natürlich gibt es in heutiger Zeit mehr ansehnliche Digital-Signage-Netzwerk-Einsätze als vor 5 oder 6 Jahren. Dies liegt hauptsächlich an der wachsenden Industrie selbst und einem wachsenden Verständnis für das, was diese Netzwerke leisten können.

Auch die Komplexität der Leistung der Netzwerke ist gewachsen – vom Erbrechen langweiligen Inhalts bis zu Live-Übertragungen, Interaktion über Bluetooth und Echtzeit-Reaktionen. Die User kennen sich heute auch viel besser mit IT aus, wenn es zur Entwicklung von Gründen und Zielen einer Digital Signage Veröffentlichung für sie kommt. Die eher strategisch Denkenden dieser Firmen achten auch darauf, wie man das Netzwerk erweitern oder anpassen kann, nachdem es schon in Betrieb ist. Die Möglichkeit des Anpassens unterscheidet ein Netzwerk oft von der ursprünglichen Idee. Dies fängt mit einigen strategischen Planungen durch den Benutzer der Digital Signage an, um folgendes zu verstehen:

- Die Möglichkeit des Netzwerks, mehr zu liefern als nur Werbung
- Der Bedarf nach einer stabilen Inhaltsstrategie für unterschiedliche Einsatzorte, wenn das Netzwerk angepasst wird
- Der Bedarf einer stabilen und fähigen IT-Infrastruktur im Zentrum der Anlage

Jeder, der ein Digital Signage Netzwerk plant, muss berücksichtigen, ob er es relativ klein und nur an einem Ort

möchte, oder ob er es ausbauen will. Wenn man das Netzwerk auf zahlreiche Orte anpasst, stellen sich sicherlich mehr Aufgaben. Es können sich wichtige Vorteile für den Nutzer der Digital Signage ergeben, wenn sie längerfristig geplant wird und man sich im Klaren darüber ist, welche Bausteine nach vorne gebracht werden sollen, um ein groß angelegtes Netzwerk zu entwickeln.

Allgemeine Hürden

Beim Planen eines Digital Signage Netzwerks gibt es drei Schlüsselkomponenten zu berücksichtigen:

- Vernetzung des Systems

Die interne IT-Abteilung sollte in den Entscheidungsfindungsprozess voll mit eingebunden sein. Wenn die Entscheidung getroffen wird, wählt man am besten eine Anwendung, die IT-freundlich ist und die die Sicherheitsaspekte erfüllt. Bandbreitenbeschränkungen können auch ein Thema bei der Größenplanung in diesem Bereich sein.

- Support und Wartung

„Jederzeit und überall“ – so sollte die Art von Support sein, wenn sichergestellt sein muss, dass die gesamte Anlage funktionstüchtig bleibt – egal, wo die Firma dafür ihren Standort hat. Auch sollte das System Nachrichten an den Netzwerk-Administrator schicken, sobald ein Bildschirm ausfällt oder nicht mehr den korrekten Inhalt zeigt.

- Berichte / Einhaltung

Es ist wichtig, dass angezeigt werden

kann, wie oft ein bestimmter Inhalt innerhalb einer bestimmten Zeitperiode abgespielt wurde. Dies ist genauso einfach wie sicherzugehen, dass der Anzeigenzeitplan eingehalten wird, und dass Inhalte, die nicht gezeigt werden sollen, dies auch nicht werden.

Stolperfallen beim Inhalt

Die Inhalte, bzw. die Nachrichten, die auf den Bildschirmen gezeigt werden, sind äußerst wichtig – schließlich sind sie es, die zu dem angedachten Publikum sprechen, und man muss sich bewusst sein, dass sie es auch vertreiben können. Daher muss der Inhalt für das Publikum von Bedeutung sein – so wie bei einer gezielte Briefkampagne – man schickt wahrscheinlich keine Kataloge für Gartenzubehör an Leute, die in Hochhäusern wohnen!

Mehr als die Summe der Teile

Erfolgreiches Digital Signage ist mehr als die Summe seiner Teile – es geht darum, ganzheitliche Lösungen zu liefern, die den Netzwerkbesitzern und den Zielgruppen sicherstellen, dass sie die Vorteile aus ihren Investitionen erhalten. Wie schon erwähnt muss man, um eine erfolgreiche Digital Signage Umsetzung liefern zu können, zuerst die Absichten und Zielsetzungen klar verstehen. Da Firmen dieses Verständnis entwickeln, werden sie sich auch der möglichen Gefahren bewusst, die entstehen können.



Die erfolgreiche Umsetzung jeder Digital Signage Lösung hängt von etlichen Elementen ab, die zusammengenommen eine ganzheitliche Lösung liefern – wenn man etwas Mathematik auf solch eine Lösung anwendet, dann kann man eine Aufschlüsselung dieser Elemente sehen, und wie sie sich integrieren.

Lieferung von integrierten Lösungen

Wenn man jede dieser Komponenten für sich nimmt, ist sie ein wesentlicher Bestandteil des Digital Signage ‚Kuchens‘ – und wenn man jede für sich isoliert, wird ein unnötiges Maß an Komplexität in jede Lösung gebracht. Wie auch immer, so wie die Digital Signage Industrie sowohl wächst als auch sich aufteilt, sieht man auch mehr und mehr, wie sich strategische oder bevorzugte Partnerschaften entwickeln.

Einfach gesagt bedeutet dies, dass Firmen, die sich darauf spezialisieren, das zu entwickeln, was sie gut können

– Software, Bildschirme, Hardware, Inhalte, Installation und Netzwerkbereitstellung – fortfahren ihre Kernkompetenzen weiter zu entwickeln und zu verbessern, während sie Partnerschaften mit anderen Firmen eingehen, die eine gleiche Strategie haben. Als Ergebnis sieht man eine Konvergenz innerhalb des Digital Signage Sektors.

Neben dem aktuellen Wirtschaftsklima erhöht auch der intensive Wettbewerb den Druck auf die Erwartungen bezüglich der Veröffentlichung von Digital Signage. Wenn man möchte, dass das Geschäft wächst und gedeiht, dann gibt es eine Reihe von Hindernissen zu überwinden – nicht zuletzt was man tun muss, um einen hohen Effizienzgrad des Netzwerks zu erreichen, geringe oder keine Ausfallzeiten, optimalen Support und klar ersichtliche Betriebskosten. Obendrein ist es wichtig, das Umsatzwachstum zu gewährleisten.

Da aus dieser Konvergenz sich die größte Belastung in der Geschichte von Digital Signage entwickelt, verbessert sich der Service am Kunden. Währenddessen ermöglichen die Produktivitätszunahmen, resultierend aus einem effizienteren Installationsprozess, es den Betrieben, sich mehr auf Wachstumschancen ihres Netzwerks zu konzentrieren, als auf administrative Aufgaben und Problemlösungen. Zusammen wurden die Fortschritte, die durch dieses neue Vorgehen der Industrie möglich wurden, zur Schlüsselplattform für Wachstumssteigerungen.

Zusätzlich wird der Einfluss der verbesserten Forschung und Entwicklung, da sich jeder Anbieter auf die Entwicklung seiner Kernkompetenz konzentriert, zu mehr Innovation in dieser Branche führen – Vorteile, die direkt an den Kunden weitergegeben werden.

Deshalb verbessert „Power of Partnering“ die Kundenzufriedenheit.

Die Schlüsselkomponenten für eine Digital Signage Lösung

