

**Digital journey в ритейле: как завоевать клиента.**

8 июня 2017 года в Москве в седьмой раз успешно прошла [международная конференция «Digital Signage – альтернативы нет!»](#). В этом году мероприятие впервые проходило в обновленном формате, в рамках Недели Российского Ритейла.



Сегодня бизнесу уже не нужно объяснять, для чего нужны цифровые конструкции. В этом году на конференции обсудили, как сделать проекты Digital Signage максимально эффективными. В отличие от предыдущих мероприятий, где много внимания уделялось трендам, на этот раз спикеры сфокусировались на практических вещах: статистике, кейсах, советах по внедрению проекта.

Открыл конференцию специальный гость, директор маркетинговой ассоциации **ROPAI UK, Фил Дэй**. В своей презентации он привел статистику, согласно которой 70% покупателей планируют и дальше совершать покупки в магазинах, не смотря на активное развитие он-лайн торговли. При этом 76% хотели бы использовать интерактивные решения в ритейле. Как создать Digital Signage проект, который будет решать поставленные бизнес-задачи? На примере кейсов, реализованных в Англии (Heinz, Unilever, Vodafone, Boots и другие) Фил Дэй дал полезные советы для каждого этапа работы над проектом: планирование, внедрение, расчет эффективности.

Ряд заказчиков цифровых решений выступили со своими успешными кейсами. Московский ювелирный завод поделился опытом использования Digital конструкций в интерьере. По словам **Егора Ваганова, Директора по маркетингу МЮЗ**, светодиодные колонны, установленные в новом флагманском магазине, привлекают внимание посетителей и значительно увеличивают трафик, что в свою очередь повышает конверсию.

**Андрей Ушаков, Digital Marketing & E-commerce Manager компании McDonald's Russia** рассказал, как с помощью цифровых решений компания смогла воплотить в жизнь новую концепцию «Made for you». Теперь каждый заказ готовится специально для гостя, более того посетитель может настроить блюдо согласно своим вкусовым предпочтениям, например убрать лук из бургера. Компания смогла улучшить качество своей продукции и сервиса, сократив при этом время ожидания, освободив персонал и увеличив продажи.



Новый подход к навигации и управлению потоками посетителей в торговых центрах представили **Николай Алаев (LG Electronics)** и **Дан Полонский (Генеральный директор ТРК Горизонт)**. Они продемонстрировали новую систему навигации, реализованную в ТЦ Горизонт, с использованием подвесных цифровых указателей. Такое решение не только привлекает внимание посетителей и помогает сориентироваться на месте, но и позволяет показывать информацию о действующих акциях в том или ином магазине.

Особый интерес вызвало выступление **Исполнительного директора Азбуки вкуса, Дениса Сологуба**. В своей презентации он рассказал, какие причины удерживают компанию от установки Digital конструкций в супермаркетах.

О нюансах и подводных камнях, которые часто не учитывает при планировании проекта заказчик, рассказали **Дамиан Фрунза (Eutron, Румыния)** и **Стефан Питл (easescreen, Австрия)**. Они подчеркнули, что проект Digital Signage должен быть гибким, масштабируемым и предлагать широкий функционал для развития системы. В качестве примера был представлен крупнейший румынский банк. В 523 отделениях установлено более 900 дисплеев, которые успешно функционируют более 2,5 лет, при этом проект постоянно развивается.

Технологическими трендами для ритейла поделились представители компании **Intel**. Интернет вещей стремительно развивается и дает неограниченные возможности для персонализированной и таргетированной коммуникации с клиентом.

Трендом в Digital Signage проектах становится геймификация и интерактив. Все спикеры, так или иначе, затрагивали вопросы интерактивных решений для ритейла: будь то интерактивная витрина, дополненная реальность, сенсорный навигационный киоск и т.д. Про возможности, которые дает ритейлу использование этих технологий рассказал **Дмитрий Шкляр, компания Screemo (Израиль)**.

Все спикеры сошлись в одном – любой проект Digital Signage будет пустой тратой времени и денег без правильного контента. Как соблюсти пропорции имиджевого и рекламного контента, учесть все особенности разнообразных digital поверхностей и добиться внимания посетителей рассказал **Алексей**

**Панфилов, Коммерческий директор компании WorldMirrorGroup**, на примере кейса, реализованного компанией для торгового центра Океания.

Электронные ценники, сенсорные киоски, светодиодные конструкции, инновационные OLED дисплеи, цифровые указатели и другие технологии, о которых рассказывали спикеры, гости конференции могли увидеть вживую. С 6 по 8 июня на Неделе Российского Ритейла проходила выставка Digital Signage решений, в которой приняли участия ведущие игроки индустрии.



*«Мы долго думали, что делать с конференцией, так как считали, что за несколько лет она изжила себя и нашли прекрасного партнера в лице Недели Российского Ритейла, предложившего новый формат. В том числе, благодаря новому партнеру нам удалось собрать интересных спикеров. На наш взгляд с точки зрения информации, с точки зрения пользы для бизнеса эта конференция одна из лучших», - заявил Владимир Козлов, Генеральный директор DigiSky group и основатель конференции «Digital Signage – альтернативы нет!».*

Мы благодарим наших партнеров и спонсоров за помощь в организации седьмой международной конференции «Digital Signage – альтернативы нет!»: LG Electronics и easescreen (Платиновые спонсоры), Intel (Золотой спонсор), SES-Imagotag, CTC Capital, iiyama, Софтинг, Addreality, LOOK, Shuttle, IMS, AMC, Nexcom, BenQ, initium (Серебряный спонсоры), Viosobox (Партнер).

Больше информации о конференции можно найти на [сайте](#)

*Если у вас возникнут вопросы, пожалуйста, обращайтесь:*

Кузина Анна

[kuzina@digisky.ru](mailto:kuzina@digisky.ru)

+7 495 937 63 09 (доб.202)

+7 903 664 51 93

[www.digitalsignagerussia.ru](http://www.digitalsignagerussia.ru)