

Display med display

Varför har ingen tänkt på det innan? Nu när många funderar på att investera stort i avancerade lösningar för digital signage, även kallat digitala skyltar. Då smyger Smurfit Kappa OnWell in ett enkelt displayställ med integrerad LCD-skärm för rörliga bilder.

Ibland är det enkla och lite billigare det geniala, säger Niclas Björkholtz på Smurfit Kappa OnWell i Helsingborg.

Det Niclas pratar om är den displaylösning man tagit fram för butik. Ett bra exempel på det som ibland kallas Last Meter Marketing.

I en vanlig welldisplay med utstansat hål placeras en 7 tums LCD-skärm. En film eller rörlig presentation laddas in och säljarna ställer ut displayen i dagligvaruhandeln. Sedan är det bara att sätta sladden i väggen.

Ljudet startar när du närmar dig. En rörelsesensor startar ljudet när någon närmar sig.
Det här är ett enkelt sätt att både

väcka uppmärksamhet, sälja och bygga sitt varumärke i butik, menar Niclas.

Idén är relativt ny och är ett samarbete med ett norskt IT-företag som är duktiga på action marketing.

– Vi har redan fått stor respons från de kunder vi presenterat idén för. De ser många användningsområden. Lösningen är till exempel perfekt för olika typer av lanseringar eller produkter som kanske behöver lite grundligare instruktioner.

Hyr per vecka. Tanken är att helt enkelt hyra ut displayerna. Varför inte till en veckokostnad? OnWell tar sedan hand om allt – displaykonstruktion, tryck, påfyllnad av produkter, inladdning av media och distribution ut till butikerna.

– När skyltstället är tomt, eller kampanjen är slut, plockar bara säljaren bort det. Bak på displayen sitter ett returemballage där de lägger LCD-skärmen och lägger den på lådan till oss. Varför krångla till det, undrar Niclas.

Under sommaren har Aller Media testat lösningen med gott resultat. Man sålde presentkort på tidningsprenumerationer. På skärmen presenterades flera av tidningsförlagets olika titlar. I displaystället låg snygga presentboxar att ge bort till vänner och bekanta.
– Aller Media fick ett bra utfall men även en ökad kännedom om både sitt varumärke och sina olika tidningar.

