

SAMSUNG

DooH - najatrakcyjniejsza forma komunikacji treści

Raport z badania ilościowego

Opinie obywateli miast powyżej 250 tys. mieszkańców. Raport z badania ilościowego przeprowadzony przez GfK, Warszawa, Wrzesień 2019 r.



Digital Out of Home (DOOH) nowoczesne nośniki cyfrowe LED do prezentowania treści w przestrzeni miejskiej

Nieustannie zmieniające się potrzeby odbiorcy determinują dynamiczny rozwój form komunikacji aby zwiększyć zainteresowanie widza. Klasyczne plakaty i billboardy są coraz mniej skuteczne dlatego coraz częściej wykorzystuje się rozwiązania DOOH w technologii LED. Nośniki cyfrowe umożliwią prowadzenie wielu kampanii jednocześnie w ramach slotów reklamowych, dopasowanie treści do odbiorcy oraz synchronizację z działaniami w mediach społecznościowych.



Niezawodna jakość obrazu niezależnie od warunków

Ekran LED charakteryzują się bardzo wysoką jasnością ekranu, która pozwala na poprawne wyświetlanie treści nawet w pełnym słońcu. Jasność można dostosować do aktualnych warunków pogodowych oraz regulować zgodnie z oczekiwaniami odbiorców i komfortu uczestników ruchu.

Badania pokazują, że ekrany LED stają się coraz bardziej popularnym typem reklamy zewnętrznej, zastępując konwencjonalne nośniki treści jak plakat na przystanku, baner na ogrodzeniu czy billboard. Przez mieszkańców dużych miast uważane są za najbardziej atrakcyjną formę reklamy.

Jakie typy reklamy zewnętrznej są najlepiej znane mieszkańcom?	Które z typów reklamy zewnętrznej są najbardziej atrakcyjne?		
	Warszawa	Warszawa	Inne miasta
led/ DOOH	74%	64%	61%
reklama malowana/ mural	71%	60%	60%
małe ekrany video w środkach komunikacji	86%	51%	50%
reklama/ plakat na przystanku	89%	29%	31%
plakaty w autobusach/ tramwajach	84%	25%	26%
billboard	86%	21%	27%
siatka reklamowa na budynku	71%	15%	13%
baner na ogrodzeniu	87%	8%	8%

Ekran LED/DOOH

Według badań, najatrakcyjniejsze cechy ekranów LED to możliwość wyświetlania komunikatów w czasie rzeczywistym oraz innowacyjność.

Nośniki DOOH pozwalają na wyświetlanie i aktualizację treści w dowolnym momencie. We wszystkich środkach transportu, teatrach i miejscach publicznych o dużym natężeniu ruchu dostarczają atrakcyjne wizualnie interaktywne treści. Wyświetlacze cyfrowe to nowe oblicze tradycyjnych billboardów, które dzięki doskonałej jakości obrazu angażują widzów i zapewniają realistyczne wrażenia wizualne.

Które cechy ekranów LED/ DOOH są dla mieszkańców najbardziej atrakcyjne?

Najatrakcyjniejsze cechy ekranów zarówno w Warszawie jak i pozostałych miastach to możliwość wyświetlania komunikatów w czasie rzeczywistym i innowacyjność.

	Warszawa				Inne miasta			
Może wyświetlać komunikaty real – time	39%	41%	13%	2 5	80%	80%		
Ma innowacyjne możliwości	25%	43%	22%	4 6%	68%	70%		
Można wyświetlać video (nie tylko zdjęcia)	30%	37%	20%	5 8%	67%	68%		
Treści prezentowane w atrakcyjny / nowoczesny sposób	30%	34%	23%	5 8%	66%	64%		
Przyciąga wzrok	22%	44%	20%	6% 8%	64%	65%		
Duży format zapewniający dobrą widoczność i czytelność	25%	38%	21%	7% 9%	63%	66%		
Realistyczne wrażenia wizualne	21%	41%	24%	6% 8%	62%	64%		
Sprawia, że miasto jest bardziej nowoczesne	20%	39%	20%	10% 11%	59%	57%		
Reklamy mogą być mniej nudne / irytujące	17%	37%	27%	8% 11%	54%	52%		
Będzie lepiej wkomponowany w przestrzeń miejską	20%	31%	26%	10% 13%	51%	50%		
Przydatny mieszkańcom	15%	30%	32%	12% 11%	45%	51%		

Zdecydowanie atrakcyjne Raczej atrakcyjne Ani tak, ani nie Raczej nieatrakcyjne Zdecydowanie nieatrakcyjne

Inteligentne Miasto

DOOH w koncepcji Smart City

Nasylenie miast tradycyjnymi formami reklamy takimi jak billboardy, plakaty i ulotki prowadzi do sytuacji, w której przestajemy zwracać na nie uwagę. Nowoczesne rozwiązania, takie jak wielkoformatowe ekrany profesjonalne pozwalają dotrzeć do odbiorcy z bardziej widocznym i atrakcyjnym przekazem, który jest lepiej zapamiętywany.



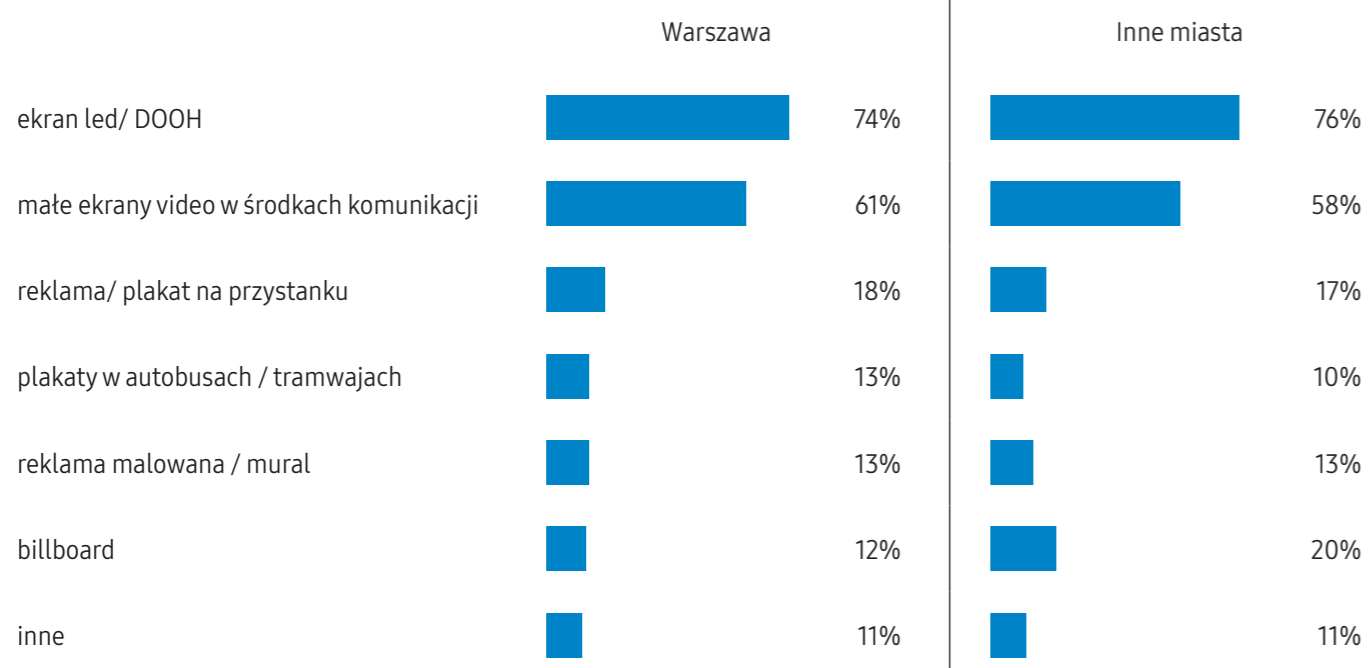
Ekran LED to medium, które zdaniem mieszkańców, najlepiej sprawdziłoby się w koncepcji Inteligentnego Miasta

Często wymienianą zaletą ekranów LED/ DOOH w koncepcji Smart City jest możliwość wyświetlania dopasowanych treści w czasie rzeczywistym oraz nowoczesność. Niewątpliwą zaletą DOOH jest, zgodnie z koncepcją Smart City, użycie ekranów nie tylko do reklamowania, ale także informowania, ostrzegania, a także komunikacji z mieszkańcami.

Wyniki badań wskazują, że mieszkańcom nie jest obojętne jak wygląda ich okolica. Jednym z elementów, który ma zapewnić ład przestrzenny jest reklama, wtapiająca się w miejską tkankę. 1/5 mieszkańców uważa, że reklamy powinny być wyświetlane na nośnikach cyfrowych, a 1/3 że przyczyniają się do rewitalizacji przestrzeni miejskiej.

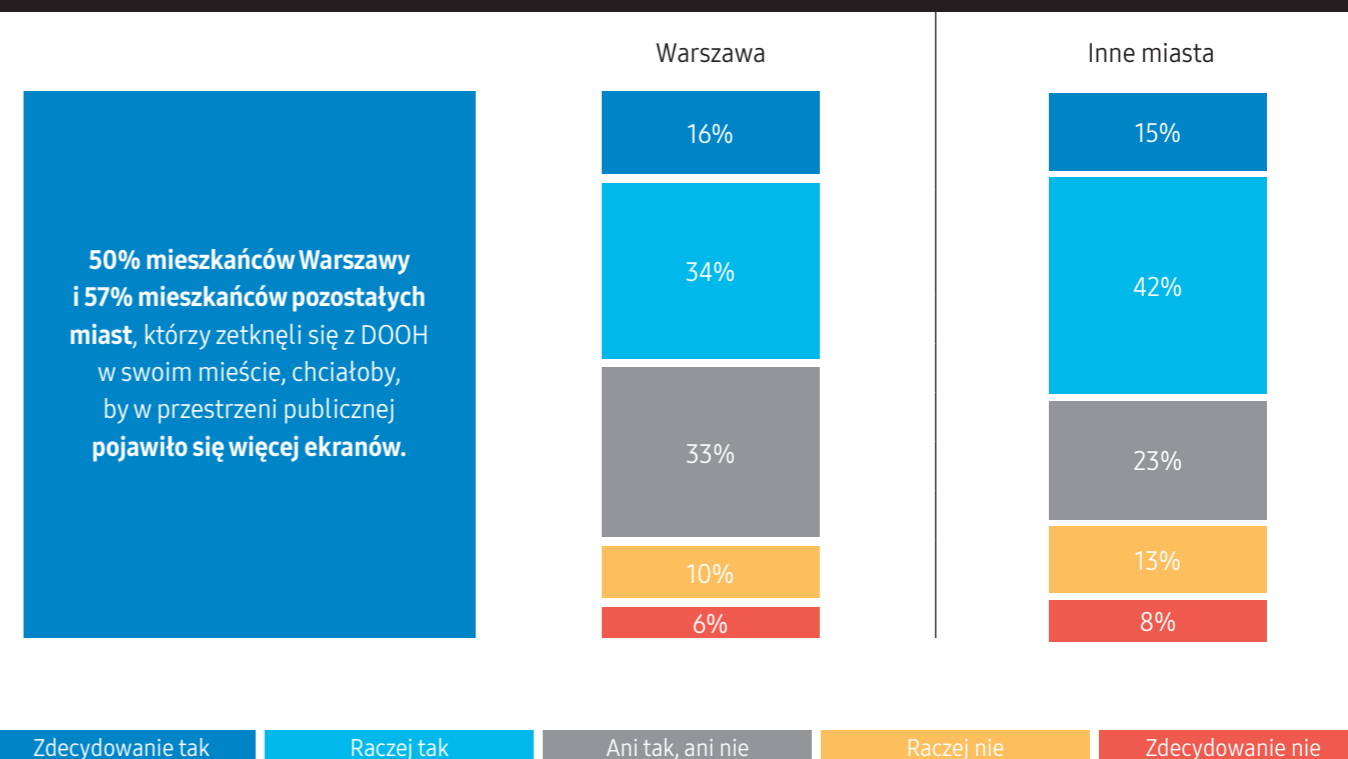
Który z nośników reklamowych najlepiej sprawdziłby się w koncepcji Inteligentnego Miasta?

Ekran LED najlepiej sprawdziłoby się jako medium w koncepcji Inteligentnego Miasta. Nieco rzadziej wskazywane były małe ekrany video w komunikacji miejskiej.



Czy takich ekranów powinno być więcej?

Podstawa: Mieszkańcy, którzy zetknęli się z ekranami LED w swoim mieście

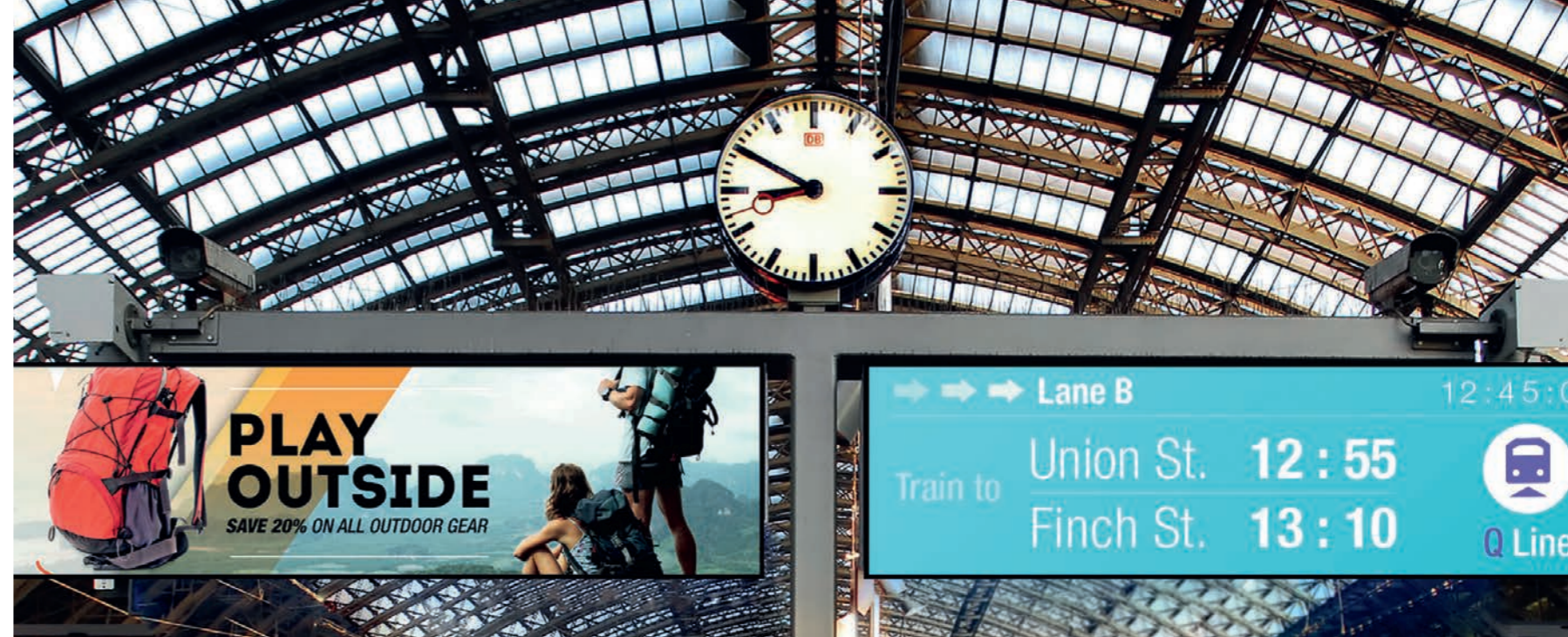


Sama koncepcja Smart City jest przez Warszawiaków uznawana za nowoczesną (88%) i atrakcyjną (78%). Większość mieszkańców uznaje ją też za ułatwiającą życie (77%) i potrzebną (75%). Podobne wyniki odnotowano w pozostałych miastach.

Nowoczesna technologia

inspiruje do kreowania coraz bardziej pomysłowej komunikacji. Dzięki niej istnieje możliwość osadzenia informacji w kontekście i potrzebach odbiorcy przekazu.

Profesjonalne wyświetlacze umiejscowione w przestrzeni miejskiej pomagają w przekazywaniu treści do odbiorców w sposób, który z pewnością zwróci ich uwagę. Przy współpracy z urzędami i instytucjami takimi jak GIS czy Zarząd Dróg Miejskich, można udostępniać dane, które będą informowały, edukowały i angażowały mieszkańców.



W przeprowadzonym badaniu, mieszkańcy wskazali jakie informacje wyświetlane na ekranach LED mogłyby być najbardziej przydatne. Wśród najczęściej wymienianych pojawiły się alerty i informacje drogowe. Dodatkowo, badani uznali za użyteczne wyświetlanie komunikatów dotyczących informacji o stanie powietrza, prognozę pogody czy najciekawsze wydarzenia w mieście.

Co więcej, możliwość szybkiej zmiany treści odgrywa kluczową rolę w sytuacjach kryzysowych, dzięki czemu informacja w krótkim czasie dotrze do jak największej liczby odbiorców.

„Kursy walut, najświeższe wiadomości z kraju i świata, promocje jakie miasto ma do zaoferowania (np. tańsze bilety do zoo czy różnych muzeów w określone dni tygodnia), średnia cena paliwa w mieście.”

„Najbliższe dyżurujące szpitale (przychodnie), Najbliższe sklepy. Możliwość wystania smsa (...)”

„Ciekawostki dotyczące reklamodawcy, które byłyby fajnym urozmaicheniem np. jedna z reklam DOOH linii lotniczych w Londynie automatycznie reaguje na przelatujące nad miastem samoloty, wskazując je na ekranie i podając info, gdzie akurat leci ten samolot.”

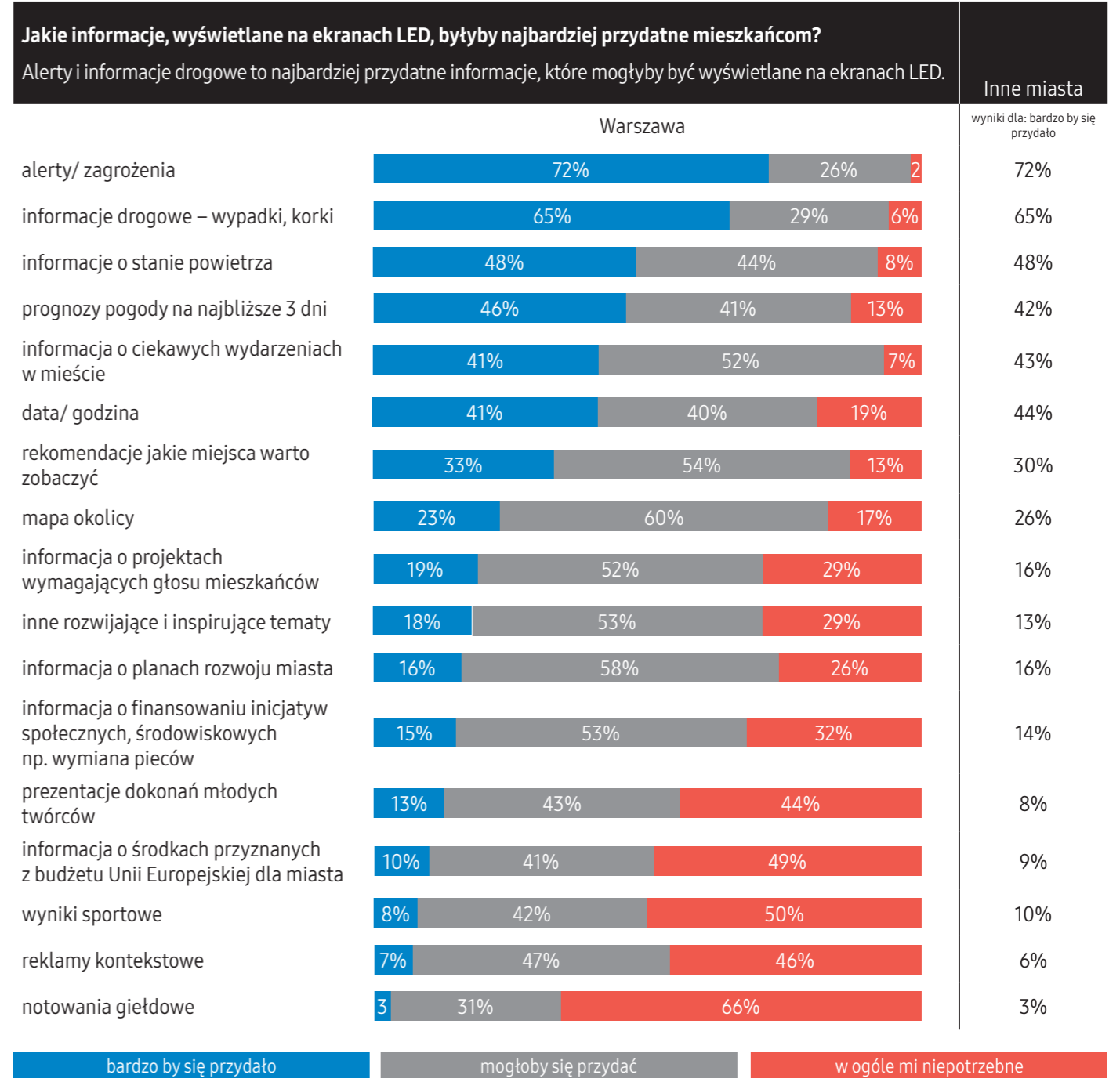
„Zasady zachowania bezpieczeństwa w mieście, porady jak się zachować podczas upałów w mieście lub burzy.”

„Child alert”

„Praktyczne rady np. jak segregować odpady (np. pamiętaj, paragon to nie papier - wyrzuć go do odpadów zmieszanych), albo proste ćwiczenia fizyczne (”Czekając na światłach wykonaj krążenie głową/tułowiem; 5 x w prawo, 5x w lewo”).”

„Ciekawostki, wiedza o świecie, przydatne informacje z zakresu pierwszej pomocy itp., użyteczne społecznie...”

„Informacje na temat planowanych inwestycji np. drogowych i związanych z nimi utrudnień. Informacje na temat nowych rozwiązań w mieście np. gdy zostaną wprowadzone hulajnogi elektryczne lub dodane nowe stacje rowerów miejskich.”



SAMSUNG

INFORMACJE O SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiruje ludzi na całym świecie i kształtuje przyszłość dzięki innowacyjnym pomysłom i technologiom. Firma redefiniuje świat telewizorów, smartfonów, urządzeń ubieralnych, tabletów, aparatów fotograficznych, urządzeń cyfrowych, sprzętu medycznego, systemów sieciowych, półprzewodników i rozwiązań LED. Najnowsze informacje są dostępne w Samsung Newsroom pod adresem <http://news.samsung.com>.

SMART SIGNAGE

Więcej informacji o Samsung SMART Signage można uzyskać na stronach:

www.samsung.com/pl/business

www.samsung.com/displaysolutions

lub pisząc wiadomość na adres: klienci_biznes@samsung.com

Copyright © 2019 Samsung Electronics Co., Ltd. Wszelkie prawa zastrzeżone. Samsung to zarejestrowany znak towarowy Samsung Electronics Co., Ltd. Specyfikacje i projekty mogą ulec zmianie bez wcześniejszego powiadomienia. Wymiary podane w jednostkach niemetrycznych są przybliżone. Wszystkie dane uznaje się za prawidłowe w momencie opracowania. Wszystkie nazwy marek, produktów i usług oraz logo to znaki towarowe i/lub zarejestrowane znaki towarowe poszczególnych właścicieli, co niniejszym uznaje się i potwierdza.

Samsung Electronics Polska Sp. z o.o.
ul. Postępu 14
02-676 Warszawa