

NEWS

Et behageligt, tålmodigt showroom

Sådan gør digital signage hos bilforhandleren et salgslokale til et sted, hvor man virkelig vælger

20. maj 2026, Tobias Engl



Niogtyve år, 312.594 kilometer, et rat, hvor plastikken har buet sig ud dér, hvor hr. Voss plejede at hvile hånden. Han har ikke købt bil siden 1997 og aner ikke, hvordan det foregår i dag, men det røber han ikke for nogen. Før i tiden ville han nu være blevet mødt af et venligt »Kan jeg hjælpe dig?« i en tone, der kan betyde mange ting. Men i dag hænger der en skærm ved indgangen, som ikke går til angreb. En rolig velkomst, dagens ledige tider til prøvekørsel, en besked om, at kaffen bagerst til venstre er gratis. Ingen pop-ups, ingen konkurrence – bare den venlige information om, at dette rum venter på ham, ikke omvendt. Hr. Voss går først til venstre. Kaffen først og lade stemningen virke, det har altid været hans strategi.

Mellem modellerne står små infostandere. Hr. Voss stopper foran en sedan, omtrent på størrelse med hans gamle Golf, bare tredive centimeter længere. Skærmen viser modelnavn, forbrug, leveringstid, pris og månedlig ydelse; trykker han videre, dukker farver, fælge, billeder af kabinen og bagagerummets volumen op med en lille sammenligning (»Her kan der være fire kasser danskvand plus en kuffert«). Det er præcis den information, han i to uger har forsøgt at vriste ud af tre online-konfiguratorer, og her står den bare. Meget betænksomt, synes han. På væggen kører samtidig et roligt videoloop; en solopgang med hans favoritbil på en landevej, ingen speak, ingen skræmmemusik. Reklame, selvfølgelig, men i en lydstyrke, der giver ham al den tid, han vil have.

I venteområdet sidder en familie. Fordi det er lørdag, og der er børn med, kører der et mere legesygt loop: en lille bid mærkehistorie (»Vidste du, at denne starter engang skulle bruge 30 sekunder?«), derefter den aktuelle modelserie. Intet belærer, alt vækker interesse og holder familien ved bordet i tolv minutter, mens far taler med en sælger to rum længere henne. Ved servicehjørnet kører en diskret statusticker: »Værkstedet er i dag 73 % booket. Næste ledige tid: onsdag kl. 11.00«, og ved siden af, lige så afdæmpet, de biler, der er klar til afhentning, kun med nummerpladeforkortelse og navn. Ingen bliver kaldt op – det modsatte af et venteværelse. Meget behageligt, tænker hr. Voss.

Efter 22 minutter og tre inspicerede modeller dukker sælgeren op. Ikke før. Han spørger ikke, om han kan hjælpe, men: »Hvilken passer til dig?« Og hr. Voss, der i to uger ikke rigtig har forklaret, hvad han leder efter, begynder at tale. Det er det øjeblik, der ikke optræder i nogen salgsrapport, men som alligevel er den egentlige gevinst. Han havde tid, han havde information, han blev ikke overvåget, men taget imod, og han har i de 22 minutter lært mere om tre modeller, end en første samtale nogensinde kunne formidle.

Netop det er den upåfaldende kunst ved digital signage hos bilforhandleren. Det handler ikke om den største videovæg eller den mest spektakulære lysiscenesættelse, men om indhold på det rette tidspunkt og det rette sted: modelinfo ved siden af modellen, servicestatus i servicehjørnet, mærkehistorie dér, hvor der er ventetid, børneindhold i weekenden, rolige loops på hverdage. I baggrunden, lige så stille som en velorganiseret bilforhandler, software, der gør det muligt. Vedligeholde indhold centralt, forsyne afdelinger synkront, indlæse lagerbeholdningen live, ændre kampagner fra dag til dag, uden at nogen skal skifte plakater lørdag morgen.

ScreenWay udvikler løsninger til digital signage til showrooms, filialnetværk og brandflader, som ikke behøver at råbe for at virke. Bilforhandlere, producenterne afdelinger, mobility-brands – altid med det mål, at kunden går derfra med en god fornemmelse. Hr. Voss skal i øvrigt på prøvekørsel lørdag om fjorten dage i den sedan, han kiggede på først. Han vil fortælle sin søn i telefonen, at bilforhandleren var »meget behagelig«. Flere ord har han ikke for det. Men den, der én gang har holdt ved et rødt lys i en Golf af tredje generation, der er gået i stå, ved, at »behagelig« er en enorm kompliment. Og det, helt nøgternt set, er det smukkeste nøgletal, ScreenWay kan levere.