NEWS

Seinä, joka maksaa itsensä

Miten näyttöpinnasta tulee tulonlähde

9. marraskuuta 2026, Tobias Engl



Myymälän näyttö maksaa – niin hankintahetkellä kuin käytössäkin. Moni jättää huomiotta sen, että sama pinta voi myös tuottaa. Missä ennen pyöri vain omia tiedotteita, tilaa voi vuokrata brändeille, joiden tuotteet ovat hyllyssä joka tapauksessa.

Periaate on tuttu suurista kauppaketjuista. Juomavalmistaja maksaa siitä, että sen tuote näkyy näytöllä lounasaikaan, ja meijeri mainostaa kampanjaansa juuri silloin, kun asiakkaat seisovat kylmäkaapin edessä. Kauppias ei myy pelkkiä tuotteita vaan myös huomiota – oikeassa paikassa ja oikeaan aikaan.

Ohjaus pysyy talossa. Ylläpitäjä päättää, mikä brändi näkyy milloinkin, ja maksettujen mainosten välissä pyörivät edelleen omat tarjoukset. Sisältöä voi ohjata erikseen kellonajan, viikonpäivän ja toimipisteen mukaan, jolloin aamiaistarjous näkyy aamulla ja aperitiivi illalla.

Monista mainosverkostoista jää jälkeen asiakasprofiili, tästä ei. ScreenWay toistaa kampanjat paikallisesti ja laskee näyttökerrat paikan päällä ilman, että henkilötietoja siirtyy minnekään. Brändi saa todisteen näkyvyydestään, ja asiakkaiden yksityisyys säilyy koskemattomana.

Näin tekniikka maksaa ajan mittaan itsensä, joskus enemmänkin. Menoerästä tulee pinta, joka tekee töitä – ja näyttö ansaitsee paikkansa itse.