NEWS

Putujući pjevač na sajamskom štandu

Kako digital signage na sajmovima od 36 četvornih metara tepiha stvara mjesto na kojem se želi ostati

15. lipnja 2026., Tobias Engl



Sabine, 41, već deset godina radi u B2B marketingu jednog srednje velikog proizvođača strojeva i u to je vrijeme ispravila i u zadnji tren zamijenila više stolnih stalaka nego što bi joj bilo drago – uključujući i ono jutro kad je netko u 9:42 primijetio da plakat formata A0 još nosi stari broj verzije. Ovaj put je drukčije. Na štandu B22 od sinoć visi šest zaslona, a svih šest danas pripovijeda ono što im je Sabine u pola sedam ujutro iz hotelske sobe zadala putem laptopa.

Najveći, LED zid na čelu štanda, vrti mirnu petlju: tri izjave kupaca, kratku animaciju proizvoda, brojač uživo s brojem strojeva isporučenih diljem svijeta. Nitko ne stoji cijelu petlju, to bi bilo previše tražiti, ali svatko tko prođe pokraj ponese neki detalj. Broj. Lice. Rečenicu „Od 2003. u 47 zemalja“. To je više nego što je većina plakata ikad postigla. Za savjetodavnim stolovima manji zasloni ovisno o dobu dana prikazuju različite stvari: ujutro raspored predavanja, u podne kartu za ručak na nogama, poslijepodne termine demonstracija. Točno u 14 sati prikaz se automatski mijenja u „Uskoro počinje: Sebastian iz servisnog tima o prediktivnom održavanju – sredina štanda, 12 minuta“. Sebastian ne mora nikoga podsjećati, samo mora biti spreman.

Straga u loungeu, gdje stoje espresso i dvije tapecirane fotelje, treći zaslon naglašeno mirno vrti diskretnu brendiranu petlju s motivom orhideja, bez prodajnog pritiska. To je zaslon za razgovore koji za deset minuta završe dogovorenim sastankom ili uljudnim „Javit ćemo se“. Oboje je u redu; zasloni koji to razumiju rijetki su. Oko 11 sati na štand ulazi jedan od direktora, osvrne se i izgovori rečenicu koju odgovorni za marketing rijetko čuju: „Izgleda kao izliveno iz jednog komada.“ Sabine ne kaže ništa, Sabine ne radi ništa, ujutro je samo aktivirala karticu „Sajam – 1. dan“, koju je prije dva tjedna pripremila zajedno s 2., 3. i 4. danom.

Šest zaslona, centralno upravljanih, za svako doba dana zaseban plan, a za slučaj ispada štanda pohranjen je slajd za hitne slučajeve. Da treba, mogla bi iz Frankfurta poslati promjenu cijene na štand u Tokiju, ali to danas nitko ne mora znati. Kasno poslijepodne dogodi se trenutak koji se ne pojavljuje ni u jednom sajamskom izvješću, a ipak je pravi dobitak. Kupac iz Švedske zastane pred LED zidom, pročita švedsku verziju izjave kupca – prikazanu automatski jer ga softver prepoznaje po vrpci s akreditacijom – i kolegi kaže rečenicu iz čijeg se tona čuje da je postao pozoran. Tri minute poslije sjedi uz espresso sa Sebastianom. To je lead koji nijedna Excel tablica nije predvidjela.

Upravo je to nenametljiva umjetnost digital signagea na sajmovima. Ne radi se o najvećem LED zidu u hali ni o najglasnijem štandu, nego o sadržajima u pravo vrijeme na pravom mjestu: ujutro rasporedi predavanja, poslijepodne demonstracije, jezici prema posjetitelju, mirne slike u loungeu, glasne na čelu štanda. Sve se održava centralno, sve je pouzdano četiri dana zaredom. U pozadini, tiho poput dobro isplaniranog štanda, softver koji sve to koordinira ... planira sadržaje po danima, sinkrono upravlja zaslonima diljem svijeta, automatski prikazuje jezike i u sekundi prepisuje hitne slučajeve, a da nitko ne mora s USB stickom juriti kroz halu.

ScreenWay gradi digital signage rješenja koja izlagačima pomažu da se predstave pametnije nego što im prvi sajamski dan zapravo dopušta. Štandovi, roadshowovi, izložbeni saloni, hibridna događanja, uvijek s idejom da na kraju nijedan posjetitelj ne hvali zaslon, nego štand na kojem je stajao. Sabine se u četvrtak navečer vraća kući i ondje će pričati kako je ovaj sajam bio „iznenađujuće opušten“. To nije posve istina, sajmovi nikad nisu opušteni, ali bliže je istini nego što misli. Nitko nije morao dotiskivati plakate, nitko nije morao ostati na štandu samo da objasni raspored predavanja, a u 47 zemalja brojač uživo radio je dalje bez njezine pomoći. I to je, sasvim trijezno, najljepši pokazatelj koji digital signage može dati.

Više o tome kako ScreenWay podržava izlagače, organizatore i graditelje sajamskih štandova u osmišljavanju njihovih nastupa saznajte na screenway.com.