NEWS

Zid koji se sam isplati

Kako površina zaslona postaje izvor prihoda

9. studenoga 2026., Tobias Engl



Zaslon u trgovini stoji novca, i pri nabavi i u radu. Ono što mnogi previđaju: ista površina može i nešto donijeti. Gdje su se dosad vrtjele samo vlastite obavijesti, prostor se može iznajmiti markama čiji proizvodi ionako stoje na polici.

Načelo je poznato iz velikih trgovačkih lanaca. Proizvođač pića plaća da se njegov proizvod u vrijeme ručka pojavi na zaslonu, mljekara oglašava svoju akciju upravo kad kupci stoje pred hladnjakom. Trgovac ne prodaje samo robu nego i pažnju, na pravom mjestu i u pravo vrijeme.

Upravljanje ostaje u kući. Koja se marka prikazuje i kada, odlučuje operater, a između plaćenih prikaza i dalje se vrte vlastite ponude. Doba dana, dan u tjednu i lokacija mogu se planirati zasebno, tako da se ponuda doručka prikazuje ujutro, a aperitiv navečer.

Kod mnogih oglašivačkih mreža ostaje profil kupaca – ovdje ne. ScreenWay kampanje reproducira lokalno i prikaze broji na licu mjesta, a da pritom ne teku nikakvi osobni podaci. Marka dobiva svoj dokaz, a privatnost gostiju ostaje netaknuta.

Tako se tehnika s vremenom sama isplati, ponekad i više od toga. Od troška nastaje površina koja radi, a zaslon sam zarađuje svoje mjesto.

© ScreenWay | www.screenway.com

© ScreenWay | www.screenway.com