

NEWS

A nap legfigyelmesebb perce

Miért lehet a lift a legjobb hely egy rövid üzenet számára.

2026. augusztus 6., Tobias Engl



A liftben vagy a lift előtt a legtöbb ember hallgat, és keres egy pontot, ahová nézhet. Régen ez az emeletjelző volt, ma gyakran egy kis képernyő. Rövid üzenetnek aligha van jobb helye, hiszen itt tényleg mindenki odanéz.

Hogy mi fut rajta, az a háztól függ. A szállodában az esti éttermi ajánlat, a spa nyitvatartása, a koncert a lobbiban. Az irodában a vezetőség üzenete, a szabad tárgyaló, a csapat aktuális születésnapja. Az áruházban az egy emelettel feljebb zajló akció, pontosan ott megmutatva, ahová a vásárlók amúgy is tartanak.

Ezeket a rövid megjelenéseket el is lehet adni. Ahogy a nagyobb felületeken, az üzemeltető itt is bejátszhat hirdetéseket olyan üzletektől, amelyek kínálata illik a helyhez, és így a kijelzőből plusz bevételi forrás lesz. A fizetett megjelenések között marad hely a saját közleményeknek is, napszakhoz és helyszínhez, illetve emelethez igazítva.

Hogy mindez megfigyelés nélkül működjön, a ScreenWay helyben számolja a megjelenéseket, és helyben játssza le a tartalmakat. Nincs szükség arcokat rögzítő kamerára, sem az utasokról készített profilra. Az igazolás arról, hogy egy üzenet lefutott, magában az eszközben keletkezik, a szűk tér magánszférája pedig érintetlen marad.

A lift a nagy figyelem helye. Aki okosan használja, akkor éri el vendégeit, amikor úgyszint más dolguk, mint odanézni.

