

NEWS

Benzinkút és töltőpark

Hogyan válik a töltőoszlopnál eltöltött várakozás értékes figyelemmé

2026. szeptember 23., Tobias Engl



A csatlakozó bekattan az aljzatba, a képernyőn kúszni kezd felfelé a sáv. Huszonöt perc állásidő vár a vendégre, aki most kiszáll az autóból. Az oszlopon megjelenik a töltöttségi szint, mellette pedig egy ajánlat, amely pontosan ehhez a pillanathoz illik. A ScreenWay lehetőséget lát ebben a szünetben. A várakozás így nem elvesztegetett idő lesz, hanem értékes figyelem, amely senkire sem erőlteti rá magát.

A benzinkút és a töltőpark a Retail Media terepe. Aki tölt, időt ajándékozik, és a képernyőre szegezi a tekintetét. A ScreenWay ezt a felületet mérhető reklám- és shopcsatornává alakítja: töltöttségi szint, forró kávé a shopban, a szomszédos étterem, a helyi ajánlat, figyelmeztetés az autósóra. Mindezt anonim, összesített jelek vezérlik, kamerák és személyfelismerés nélkül, így az elérés igazolható marad, a bizalom pedig nő.

A Retail Media ott működik, ahol a relevancia és a mérhetőség találkozik. A ScreenWay összekapcsolja a töltöttségi szintet a pillanattal. Hosszú töltési időnél az éttermi látogatás jelenik meg, tíz perccel a vége előtt a kávéajánlat a shopba vezető útra, teli akkumulátornál pedig egy barátságos jelzés a továbbindulásról. Foglalható DOOH-idősávok, átlátható, csapatszintű kontaktszámok és egy Európában hosztolt, GDPR-konform kiértékelés teszik a csatornát komolyan vehetővé és tervezhetővé.

A klasszikus üzemanyagkútnál ugyanez a felület is tovább szolgál. A pilon képernyője mutatja a mosócsomagot, a hűségprogramot és a helyi hirdetést, anélkül hogy megzavarná a tankolást. A ScreenWay mindezt helyben, local-first elven és foglalhatóan működteti, így olyan retail media csatornát ad az üzemeltetőnek, amely az övé, és nem egy idegen platformot gazdagít. A saját felület értékteremtése az üzemeltetőnél marad.

Így lesz az állásidőből érték, a töltőparkból pedig médiahelyszín. A ScreenWay a várakozásból relevanciát teremt, és megfigyelés helyett a megfelelő információt adja a vendégnek. A DACH-régió üzemeltetői számára szuverén retail media felület jön létre, amely egyszerre növeli a forgalmat és a tartózkodás minőségét, és láthatóvá teszi a márkát az út mentén.