NEWS

A fal, amely kitermeli a saját árát

Hogyan válik a kijelzőfelület bevételi forrássá

2026. november 9., Tobias Engl



Egy üzletben elhelyezett képernyő pénzbe kerül, az üzemeltetése éppúgy, mint a beszerzése. Amit sokan figyelmen kívül hagynak: ugyanaz a felület bevételt is hozhat. Ahol eddig csak saját közlemények futottak, ott hely adható bérbe olyan márkáknak, amelyek termékei amúgy is ott vannak a polcon.

Az elv a nagy kiskereskedelmi láncoktól ismert. Egy italgyártó azért fizet, hogy terméke ebédidőben megjelenjen a képernyőn, egy tejüzem pedig akkor reklámozza akcióját, amikor a vásárlók éppen a hűtőpult előtt állnak. A kereskedő így nemcsak árut ad el, hanem figyelmet is – a megfelelő helyen és a megfelelő időben.

Az irányítás házon belül marad. Hogy melyik márka mikor látható, azt az üzemeltető dönti el, és a fizetett megjelenések között továbbra is a saját ajánlatai futnak. A napszak, a hét napja és a helyszín külön-külön kezelhető, így reggel a reggeliajánlat fut, este pedig az aperitif.

Sok reklámhálózatnál profil marad vissza a vásárlókról – itt nem. A ScreenWay helyben játssza le a kampányokat, és a megjelenéseket is helyben számolja, anélkül hogy személyes adatok áramolnának ki. A márka megkapja a kimutatást, a vendégek magánszférája pedig érintetlen marad.

Így a technika idővel kitermeli a saját árát, néha annál többet is. A kiadásból dolgozó felület lesz, a képernyő pedig maga szolgálja meg a helyét.