NEWS

La parete che si paga da sola

Come la superficie del display diventa una fonte di entrate

9 novembre 2026, Tobias Engl



Uno schermo in negozio costa denaro, sia nell'esercizio che nell'acquisto. Ciò che molti trascurano.. la stessa superficie può anche rendere qualcosa. Dove finora giravano solo avvisi propri, si può affittare spazio a marchi i cui prodotti stanno comunque sullo scaffale.

Il principio è noto dalla grande distribuzione. Un produttore di bevande paga perché il suo prodotto compaia sullo schermo all'ora di pranzo, una latteria promuove la sua offerta proprio quando la clientela sta davanti al banco frigo. Il commerciante non vende solo merce, ma anche attenzione, nel posto giusto e al momento giusto.

La regia resta in casa. Quale marchio si vede e quando lo decide il gestore, e tra le inserzioni a pagamento continuano a girare le offerte proprie. Ora del giorno, giorno della settimana e sede si possono programmare separatamente, così che l'offerta colazione giri al mattino e l'aperitivo la sera.

In molte reti pubblicitarie resta un profilo della clientela, qui no. ScreenWay trasmette le campagne localmente e conta le inserzioni sul posto, senza che fluiscano dati personali. La prova per il marchio si genera, la privacy degli ospiti resta intatta.

© ScreenWay | www.screenway.com

Così la tecnica col tempo si sostiene da sola, a volte più di così. Da una spesa nasce una superficie che lavora e lo schermo si guadagna il suo posto da sé.