

NEWS

Przyjemny, cierpliwy showroom

Jak digital signage w salonie samochodowym robi z przestrzeni sprzedaży miejsce, w którym naprawdę się wybiera

20 maja 2026, Tobias Engl



Dwadzieścia dziewięć lat, 312 594 kilometry, kierownica, na której tworzywo wybrzuszyło się tam, gdzie pan Voss kładł dłoń. Nie kupił auta od 1997 i nie ma pojęcia, jak to dziś działa, ale nikomu tego nie zdradza. Kiedyś przywitałoby go teraz uprzejme „Czy mogę pomóc?“, w tonie, który może znaczyć wiele. Dziś jednak przy wejściu wisi ekran, który go nie atakuje. Spokojne powitanie, dzisiejsze sloty jazd próbnych, wskazówka, że kawa z tyłu po lewej jest bezpłatna. Żadnych pop-upów, żadnej loterii - tylko przyjazna informacja, że ta przestrzeń czeka na niego, nie odwrotnie. Pan Voss idzie najpierw w lewo. Najpierw kawa, dać podzielać atmosferze, to zawsze była jego strategia.

Między modelami stoją małe totemy. Pan Voss zatrzymuje się przed limuzyną, mniej więcej wielkości jego starego Golfa, tylko trzydzieści centymetrów dłuższą. Wyświetlacz pokazuje nazwę modelu, zużycie, termin dostawy, cenę i ratę; gdy dotyka dalej, pojawiają się kolory, felgi, zdjęcia wnętrza i pojemność bagażnika z małym porównaniem („Mieszczą się

cztery zgrzewki wody mineralnej plus walizka”). To dokładnie ta informacja, którą od dwóch tygodni próbował wydobyć z trzech konfiguratorów online, a tu po prostu stoi. Bardzo uważne, uznaje. Na ścianie leci do tego spokojna pętla wideo; wschód słońca z autem z jego ściślejszego wyboru na wiejskiej drodze, bez lektora, bez straszącej muzyki. Reklama, jasne, ale w głośności, która zostawia mu tyle czasu, ile chce.

W strefie oczekiwania siedzi rodzina. Bo jest sobota i są dzieci, leci tam bardziej figlarna pętla: mała historia marki („Czy wiedzieli Państwo, że ten rozrusznik potrzebował kiedyś 30 sekund?”), potem aktualna paleta modeli. Nic nie poucza, wszystko budzi ciekawość i trzyma rodzinę dwanaście minut przy stole, podczas gdy tata dwa pomieszczenia dalej rozmawia ze sprzedawcą. W kącie serwisowym leci dyskretny ticker statusu: „Warsztat dziś obłożony w 73%. Najbliższy wolny termin: środa 11:00”, obok dyskretnie pojazdy gotowe do odbioru, tylko ze skrótem rejestracji i nazwiskiem. Nikogo nie wywołuje się przez głośnik, przeciwieństwo poczekalni. Bardzo przyjemnie, myśli pan Voss.

Po 22 minutach i trzech obejrzanych modelach pojawia się sprzedawca. Nie wcześniej. Nie pyta, czy może pomóc, lecz: „Który do Pana pasuje?” I pan Voss, który od dwóch tygodni nie potrafił porządnie wyjaśnić, czego szuka, zaczyna mówić. To ten moment, który nie pojawia się w żadnym raporcie sprzedaży, a jednak jest właściwą wygraną. Miał czas, miał informację, nie był obserwowany, lecz przyjęty i w te 22 minuty dowiedział się o trzech modelach więcej, niż pierwsza rozmowa mogłaby kiedykolwiek przekazać.

Dokładnie to jest niepozorna sztuka digital signage w salonie samochodowym. Nie chodzi o największą ścianę wideo ani najbardziej spektakularną inscenizację świetlną, lecz o treści we właściwym czasie we właściwym miejscu: informacje o modelu obok modelu, status serwisu w kącie serwisowym, historia marki tam, gdzie jest czas oczekiwania, treści dla dzieci w weekend, spokojne pętla w dni robocze. W tle, cicho jak samo dobrze poukładane autohaus, oprogramowanie, które to umożliwia. Utrzymywać treści centralnie, zasilać filie synchronicznie, wgrywać stany magazynowe na żywo, zmieniać akcje na bieżąco, bez nikogo wymieniającego plakaty w sobotni poranek.

ScreenWay projektuje rozwiązania digital signage dla showroomów, sieci filii i powierzchni markowych, które nie muszą być głośne, aby działać. Salony samochodowe, oddziały producentów, marki mobility, zawsze z celem, aby klient wyszedł z dobrym uczuciem. Pan Voss zresztą za dwa tygodnie w sobotę robi jazdę próbną limuzyną, którą obejrzał jako pierwszą. Opowie synowi przez telefon, że salon był „bardzo przyjemny”. Więcej słów na to nie ma. Ale kto raz stał na czerwonym świetle ze zgaszonym Golfem trzeciej generacji, wie, że „przyjemny” to potężny komplement. I to, całkiem trzeźwo, jest najpiękniejszy wskaźnik, jaki ScreenWay może dostarczyć.