

NEWS

Wędrowny pieśniarz na stoisku targowym

Jak digital signage na targach robi z 36 metrów kwadratowych wykładziny miejsce, w którym chce się zostać

15 czerwca 2026, Tobias Engl



Sabine, 41 lat, od dziesięciu lat pracuje w marketingu B2B średniego producenta maszyn i w tym czasie poprawiła i w ostatniej chwili wymieniła więcej stojaków stołowych, niż by chciała - włącznie z tym rankiem, gdy o 9:42 ktoś zauważył, że plakat A0 nosi jeszcze stary numer wersji. Tym razem jest inaczej. Na stoisku B22 od wczoraj wieczorem wisi sześć ekranów i wszystkie sześć opowiada dziś to, co Sabine przekazała im rano o wpół do siódmej z pokoju hotelowego przez laptopa.

Największy, ściana LED na czole stoiska, gra spokojną pętlę: trzy głosy klientów, krótka animacja produktu, licznik na żywo z liczbą maszyn dostarczonych na całym świecie. Nikt nie zostaje na całą pętlę, to byłoby za wiele, ale każdy, kto przechodzi, zabiera jakiś szczegół. Liczbę. Twarz. Zdanie „Od 2003 w 47 krajach”. To więcej, niż większość plakatów kiedykolwiek zdołała. Przy stołach doradców mniejsze ekrany pokazują różne rzeczy zależnie od godziny, rano plan wykładów, w południe mapę do akcji lunchowej, po południu godziny demo. Punktualnie o 14 wyświetlacz przełącza się automatycznie na „Zaraz zaczyna: Sebastian z zespołu serwisu o predictive maintenance - środek stoiska, 12 minut”. Sebastian nie musi nikomu przypominać, musi tylko być gotowy.

Z tyłu przy lounge, gdzie stoi espresso i dwa fotele, trzeci ekran gra podkreślenie spokojnie dyskretną pętlę brandingową w optyce orchidei, żadnej presji sprzedażowej. To ekran dla rozmów, które za dziesięć minut kończą się terminem albo uprzejmym „Odezwiemy się”. Jedno i drugie jest w porządku; ekrany, które to rozumieją, są rzadkie. Około 11 na stoisko wchodzi jeden z dyrektorów, rozgląda się i mówi zdanie, które odpowiedzialni za marketing słyszą rzadko: „Wygląda jak z jednej ręki”. Sabine nic nie mówi, Sabine nic nie robi, rano aktywowała tylko zakładkę „Targi dzień 1”, którą przygotowała dwa tygodnie temu razem z dniami 2, 3 i 4.

Sześć ekranów, sterowanych centralnie, każda pora dnia z własnym planem, awaryjny slajd na wypadek awarii stoiska w zapasie. Mogłaby w razie potrzeby z Frankfurtu wgrać zmianę ceny na stoisku w Tokio, ale tego dziś nikt nie musi wiedzieć. Późnym popołudniem zdarza się moment, który nie pojawia się w żadnym raporcie targowym, a jednak jest właściwą wygraną. Kupiec ze Szwecji zatrzymuje się przed ścianą LED, czyta szwedzką wersję głosu klienta - wyświetloną automatycznie, bo oprogramowanie rozpoznaje go po smyczy - i mówi do kolegi zdanie, którego ton zdradza, że stał się uważny. Trzy minuty później siedzi przy espresso z Sebastianem. To lead, którego nie przewidziała żadna tabela Excela.

Dokładnie to jest niepozorna sztuka digital signage na targach. Nie chodzi o największą ścianę LED w hali ani o najgłośniejsze stoisko, lecz o treści we właściwym czasie we właściwym miejscu: plany wykładów rano, demo po południu, języki zależnie od gościa, spokojne obrazy w lounge, głośne na czole stoiska. Wszystko centralnie utrzymywalne, wszystko niezawodne przez cztery dni. W tle, cicho jak samo dobrze zaplanowane stoisko, oprogramowanie koordynujące całość ... planować treści na dni, sterować ekranami na całym świecie synchronicznie, wyświetlać języki automatycznie, nadpisywać awarie w sekundy, bez nikogo pędzącego przez halę z pendrive'em.

ScreenWay buduje rozwiązania digital signage, które wspierają wystawców w mądrzejszym prezentowaniu się, niż pierwszy dzień targów właściwie pozwala. Stoiska, roadshow, showroomy, eventy hybrydowe, zawsze z myślą, że na końcu żaden gość nie chwali ekranu, lecz stoisko, przy którym stał. Sabine wraca w czwartek wieczorem i opowie w domu, że te targi były „zdzumiewająco spokojne”. Całkiem prawdziwe to nie jest, targi nigdy nie są spokojne, ale zbliża się do prawdy bardziej, niż myśli. Nikt nie musiał dodrukowywać plakatów, nikt zostawać na stoisku tylko po to, aby tłumaczyć plan wykładów, a w 47 krajach licznik na żywo biegł dalej bez jej udziału. To też, całkiem trzeźwo, jest najpiękniejszy wskaźnik, jaki digital signage może dostarczyć.

Więcej o tym, jak ScreenWay wspiera wystawców, organizatorów i budowniczych stoisk w inscenizacji ich występów, dowiesz się na screenway.com.