

# NEWS

## Smart Ass with Smart Apps

Cum redefinesc aplicațiile smart de signage obiectivele companiilor

18 martie 2026, Tobias Engl



În lumea afacerilor din 2026, rolul digital signage s-a schimbat fundamental. Ceea ce servea odinioară doar ca mediu de afișare a mesajelor publicitare a devenit un ecosistem de date extrem de sensibil, care transformă punctul de vânzare (POS) într-un mediu inteligent de învățare. În centrul acestei evoluții se află aplicațiile smart, care funcționează ca centru de comandă și îmbină prezența fizică la fața locului cu precizia analitică a lumii digitale. Furnizorul ScreenWay demonstrează în mod convingător cum sinergia dintre inteligența artificială (IA), conținutul dinamic și colectarea precisă a datelor devine un pilon indispensabil al strategiei moderne de afaceri.

### Punctul de vânzare ca sursă inteligentă de cunoaștere

Fundamentul acestei revoluții îl constituie colectarea inteligentă a datelor prin senzori multipli. Terminalele interactive moderne sunt astăzi capabile să înțeleagă spațiul și oamenii din el într-un mod care depășește cu mult numărul clasic de clicuri. Prin „Football Intelligence”, fluxurile de mișcare și frecvența vizitatorilor sunt înregistrate în timp real, în timp ce computer vision bazată pe IA recunoaște, complet anonimizat, caracteristici demografice precum grupa de vârstă, genul și chiar reacția emoțională a clienților la anumite conținuturi. Aceste noi posibilități de colectare a datelor la punctul de vânzare funcționează ca „adevărata voce a clientului”, oferind companiilor, pentru prima dată, o imagine transparentă și totodată conformă cu protecția datelor asupra comportamentului și nevoilor publicului-țintă.

## **Valorificare strategică: datele, combustibilul succesului**

Adevăratul potențial al acestei tehnologii se dezvăluie însă abia prin valorificarea consecventă a datelor pentru atingerea obiectivelor strategice ale companiei. Unul dintre cele mai importante avantaje constă în creșterea radicală a relevanței prin personalizare în timp real. Informațiile colectate ajung direct într-un motor IA, care adaptează conținutul difuzat la situația respectivă în câteva milisecunde. Dacă sistemul detectează, de exemplu, o frecvență crescută a oamenilor de afaceri aflați în deplasare, alege automat ofertele și tonul potrivite. Această buclă de date închisă minimizează pierderile de difuzare și maximizează implicarea, ceea ce duce la o creștere măsurabilă a ratelor de conversie.

## **Eficiență sporită și analitică orientată spre viitor**

În plus, colectarea datelor deschide un potențial imens pentru eficiența operațională și planificarea pe termen lung. Prin „Predictive Analytics”, companiile pot recunoaște tendințele înainte ca acestea să devină evidente și își pot adapta proactiv strategia de conținut la fluxurile viitoare de clienți. Totodată, măsurarea precisă a succesului oferă o transparență fără precedent asupra randamentului investiției (ROI). Companiile văd exact ce campanii îi determină pe trecători să zăbovească și unde este nevoie de optimizare în customer journey. Acest lucru duce nu doar la o mai bună fidelizare a clienților, ci și la o eficiență considerabilă a resurselor, deoarece, de exemplu, planificarea personalului poate fi aliniată precis la orele de vârf prognozate pe baza datelor.

## **Terminalul ca instrument strategic de conducere**

În cele din urmă, integrarea acestor sisteme smart duce la o interconectare mai profundă în întregul ecosistem al companiei. Informațiile obținute la terminale ajung în sistemele CRM și în dashboardurile de management, iar digital signage devine, dintr-o insulă izolată de marketing, un instrument strategic de conducere. Companiile care folosesc această formă de valorificare inteligentă a datelor își asigură un avantaj competitiv clar. Ele creează o comunicare care nu doar informează, ci sprijină activ obiectivele companiei, întâmpinându-l pe client acolo unde se află – individual, contextual și extrem de eficient. Viitorul comunicării le aparține celor care nu își mai privesc ecranele doar ca afișaje, ci ca senzori inteligenți pentru întreaga lor afacere.