

NEWS

Menestrelul de la standul expozițional

Cum transformă digital signage la târguri 36 de metri pătrați de mochetă într-un loc în care oamenii vor să rămână

15 iunie 2026, Tobias Engl



Sabine, 41 de ani, lucrează de zece ani în marketingul B2B al unui producător de utilaje de talie medie și, în acest timp, a corectat și a înlocuit în ultimul minut mai multe afișaje de masă decât i-ar fi plăcut – inclusiv în acea dimineață în care, la ora 9:42, cineva a observat că afișul A0 purta încă vechiul număr de versiune. De data aceasta e altfel. La standul B22 atârna de aseară șase ecrane, și toate șase povestesc astăzi exact ceea ce Sabine le-a transmis dimineață, la șase și jumătate, de pe laptop, din camera de hotel.

Cel mai mare, un perete LED în capul standului, rulează o buclă liniștită: trei mărturii ale clienților, o scurtă animație de produs și un contor live cu numărul de utilaje livrate în întreaga lume. Nimeni nu rămâne pe loc pentru toată bucla – ar fi prea mult să ceri –, dar oricine trece pe acolo reține un detaliu. O cifră. Un chip. Fraza „Din 2003, în 47 de țări”. Este mai mult decât au reușit vreodată majoritatea afișelor. La mesele consultanților, ecrane mai mici arată lucruri diferite în funcție de oră: dimineața programul prezentărilor, la prânz meniul pentru bufetul în picioare, după-amiaza orele demonstrațiilor. La ora 14 fix, afișajul trece automat la „Începe imediat: Sebastian din echipa de service despre mentenanța predictivă – centrul standului, 12 minute”. Sebastian nu trebuie să-i amintească nimănui nimic, trebuie doar să fie pregătit.

În spate, la lounge, unde vă așteaptă un espresso și două fotolii tapițate, un al treilea ecran rulează, intenționat discret, o buclă de branding subtilă, cu motive de orhidee, fără presiune de vânzare. Acesta este ecranul pentru discuțiile care, în zece minute, se transformă într-o întâlnire programată sau într-un politicos „Revenim noi”. Ambele sunt în regulă; ecranele care înțeleg asta sunt rare. Pe la ora 11, unul dintre directori intră în stand, privește în jur și rostește fraza pe care responsabilii de marketing o aud rar: „Arată ca dintr-o singură bucată”. Sabine nu spune nimic, Sabine nu face nimic – dimineața a activat doar fila „Târg – ziua 1”, pe care a pregătit-o acum două săptămâni, împreună cu zilele 2, 3 și 4.

Șase ecrane, controlate central, un plan propriu pentru fiecare moment al zilei, un slide de urgență pregătit pentru o eventuală pană la stand. La nevoie, ar putea trimite de la Frankfurt o modificare de preț către un stand din Tokio, dar asta nu trebuie să știe nimeni astăzi. Spre sfârșitul după-amiezii vine apoi momentul care nu apare în niciun raport de târg și care este totuși adevăratul câștig. Un cumpărător din Suedia se oprește în fața peretelui LED, citește versiunea suedeză a mărturiei clientului – afișată automat, pentru că software-ul îl recunoaște după ecusonul de la gât – și îi spune colegului său o frază al cărei ton trădează că i s-a trezit interesul. Trei minute mai târziu stă la un espresso cu Sebastian. Acesta este leadul pe care niciun tabel Excel nu l-a prezis.

Exact aceasta este arta discretă a digital signage la târguri. Nu este vorba de cel mai mare perete LED din hală și nici de cel mai zgomotos stand, ci de conținutul potrivit la momentul potrivit și în locul potrivit: dimineața programul prezentărilor, după-amiaza demonstrații, limba în funcție de vizitator, imagini liniștite în lounge, imagini puternice în capul standului. Totul administrabil central, totul fiabil patru zile la rând. În fundal, discret ca un stand bine planificat, un software care coordonează totul... planifică conținutul pe zile, controlează sincron ecrane din întreaga lume, afișează automat limba potrivită și suprascrie urgențele în câteva secunde, fără ca cineva să alerge prin hală cu un stick USB.

ScreenWay dezvoltă soluții de digital signage care îi ajută pe expozanți să se prezinte mai inteligent decât ar permite, de fapt, prima zi de târg. Standuri, roadshow-uri, showroomuri, evenimente hibride – mereu cu ideea că, la final, niciun vizitator nu laudă ecranul, ci standul la care s-a oprit. Sabine se întoarce acasă joi seara și va povesti că acest târg a fost „surprinzător de relaxat”. Nu e chiar adevărat – târgurile nu sunt niciodată relaxate –, dar se apropie de adevăr mai mult decât crede. Nimeni n-a trebuit să retipărească afișe, nimeni n-a trebuit să stea la stand doar ca să explice programul prezentărilor, iar în 47 de țări contorul live a continuat să ruleze fără intervenția ei. Și asta, privit cât se poate de sobru, este cel mai frumos indicator pe care îl poate oferi digital signage.

Aflați mai multe despre modul în care ScreenWay îi sprijină pe expozanți, organizatori și constructorii de standuri în punerea în scenă a prezenței lor pe screenway.com.