NEWS

Peretele care se plătește singur

Cum devine suprafața de afișare o sursă de venit

9 noiembrie 2026, Tobias Engl



Un ecran în magazin costă bani, atât la achiziție, cât și în exploatare. Ce scapă multora: aceeași suprafață poate și să aducă bani. Acolo unde rulau până acum doar anunțuri proprii, spațiul poate fi închiriat mărcilor ale căror produse stau oricum pe raft.

Principiul este cunoscut din marile lanțuri de retail. Un producător de băuturi plătește ca produsul său să apară pe ecran la ora prânzului, o fabrică de lactate își promovează oferta exact atunci când clienții stau în fața raftului frigorific. Comerciantul nu vinde doar marfă, ci și atenție, la locul potrivit și la momentul potrivit.

Controlul rămâne în casă. Ce marcă apare și când hotărăște operatorul, iar între afișările plătite continuă să ruleze ofertele proprii. Ora din zi, ziua săptămânii și locația pot fi programate separat, astfel încât oferta de mic dejun rulează dimineața, iar aperitivul seara.

La multe rețele publicitare rămâne în urmă un profil al clienților, aici nu. ScreenWay difuzează campaniile local și numără afișările la fața locului, fără ca datele personale să circule. Marca primește dovada difuzării, iar intimitatea clienților rămâne neatinsă.

© ScreenWay | www.screenway.com

Astfel, cu timpul, tehnologia se autofinanțează, uneori chiar mai mult de atât. O cheltuială devine o suprafață care lucrează, iar ecranul își câștigă singur locul.