

# NEWS

## Ett behagligt, tålmodigt showroom

Hur digital signage i bilhallen förvandlar ett säljutrymme till en plats där man verkligen väljer

20 maj 2026, Tobias Engl



Tjugonio år, 312 594 kilometer, en ratt där plasten har buktat ut på det ställe där herr Voss brukade vila handen. Han har inte köpt en bil sedan 1997 och har ingen aning om hur det går till i dag, men det avslöjar han inte för någon. Förr hade han nu mötts av ett vänligt "Kan jag hjälpa till?", i en ton som kan betyda mycket. Men i dag hänger det en skärm i entrén som inte går till angrepp. En lugn hälsning, dagens lediga provkörningstider, upplysningen att kaffet längst in till vänster är gratis. Inga pop-ups, inget lotteri – bara det vänliga beskedet att det här rummet väntar på honom, inte tvärtom. Herr Voss går först åt vänster. Kaffet först, låta atmosfären sjunka in, det har alltid varit hans strategi.

Mellan modellerna står små informationspelare. Herr Voss stannar framför en sedan, ungefär lika stor som hans gamla Golf, bara trettio centimeter längre. Skärmen visar modellnamn, förbrukning, leveranstid, pris och månadskostnad; trycker han vidare dyker färger, fälgar, interiörbilder och bagagevolymen upp, med en liten jämförelse ("Här får fyra backar mineralvatten plus en resväska plats"). Det är precis den information han i två veckor försökt få fram ur tre olika onlinekonfiguratorer, och här står den bara. Mycket omtänksamt, tycker han. På väggen rullar samtidigt en lugn videoloop; en soluppgång med bilen som ligger högst på hans lista på en landsväg, ingen speakerröst, ingen skräckmusik. Reklam, visst, men på en ljudnivå som ger honom så mycket tid han vill.

I väntområdet sitter en familj. Eftersom det är lördag och barn är med rullar där en lekfullare loop: en liten märkeshistoria ("Visste du att den här startmotorn förr behövde 30 sekunder?"), sedan den aktuella modellserien. Inget känns belärande, allt väcker nyfikenhet och håller familjen kvar vid bordet i tolv minuter medan pappa pratar med en säljare två rum bort. Vid servicehörnan rullar en stillsam statusticker: "Verkstaden i dag 73 % bokad. Nästa lediga tid: onsdag kl. 11:00", och bredvid, diskret, de bilar som är klara för hämtning, bara med förkortat registreringsnummer och namn. Ingen ropas upp – raka motsatsen till ett väntrum. Mycket behagligt, tänker herr Voss.

Efter 22 minuter och tre inspekterade modeller dyker säljaren upp. Inte tidigare. Han frågar inte om han kan hjälpa till, utan: "Vilken passar dig?" Och herr Voss, som på två veckor inte riktigt förklarat för någon vad han letar efter, börjar prata. Det är ögonblicket som inte syns i någon försäljningsrapport men ändå är den egentliga vinsten. Han hade tid, han hade information, han blev inte iakttagen utan mottagen, och under de här 22 minuterna fick han veta mer om tre modeller än ett första samtal någonsin skulle kunna förmedla.

Just det är den oansenliga konsten med digital signage i bilhallen. Det handlar inte om den största videoväggen eller den mest spektakulära ljusshowen, utan om innehåll vid rätt tidpunkt på rätt plats: modellinfo bredvid modellen, servicestatus i servicehörnan, märkeshistoria där det blir väntetid, barninnehåll på helgen, lugna loopar på vardagar. I bakgrunden, tyst som en välorganiserad bilhall, en mjukvara som gör det möjligt. Uppdatera innehåll centralt, förse alla anläggningar synkront, visa lagersaldon live, ändra kampanjer från dag till dag – utan att någon behöver byta affischer en lördagsmorgon.

ScreenWay utformar digital signage-lösningar för showroom, återförsäljarnät och varumärkesytor som inte behöver höja rösten för att göra intryck. Bilhallar, tillverkarnas egna anläggningar, mobility-varumärken – alltid med målet att kunden går därifrån med en god känsla. Herr Voss provkör förresten sedanen han tittade på först, lördagen efter nästa. Han kommer att berätta för sin son i telefon att bilhallen var "mycket behaglig". Fler ord än så har han inte för det. Men den som en gång stått vid ett rödlys med en Golf av tredje generationen som just dött, vet att "behaglig" är en enorm komplimang. Och det, helt nyktert sett, är det finaste nyckeltal ScreenWay kan leverera.