

NEWS

Åtta frågor om skärmen i butiken

Vad Hur Var

10 juni 2026, Tobias Engl



Ger digital signage överhuvudtaget någon mätbar effekt?

Ja. Studier som citeras flitigt i branschen rapporterar omkring 29,5 % högre försäljning och ungefär 52 % bättre annonsminne efter införandet av digitala skärmar; runt 70 % av kunderna uppger att digital skyltning påverkar deras köpbeslut. Det är aggregerade branschvärden, ingen garanti – den faktiska effekten beror på innehåll, placering och mätning. Just därför börjar varje ScreenWay-projekt med tydliga mål.

Vad klarar skärmar som affischer inte klarar?

Tempo, räckvidd och enhetlighet. Ett skyltfönster blir en aktiv marknadsföringsyta som i tur och ordning lockar lunchgästerna, dem som handlar på väg hem och kvällens kunder – utan att en enda skylt byts ut. Inne i butiken leder rätt budskap vid rätt hylla kunderna raka vägen till produkten.

Hur snabbt går det att ändra innehållet?

På minuter i stället för dagar – centralt, i alla butiker, på alla orter och över alla tidszoner. Priser, kampanjer och lagersaldon ändras hela tiden; i ScreenWays CMS planeras, testas och publiceras kampanjer på distans och i realtid, utan besök på plats.

Sänker det verkligen kostnaderna?

I bakgrunden, ja. Återkommande kostnader för tryck, frakt och kassering försvinner, arbetet med manuella byten minskar, och fjärrunderhåll med fjärrdiagnos ger färre servicebesök. Under livslängden för professionella skärmar av hög kvalitet blir det en anseelig summa.

Hur räknar jag ut ROI?

Försäljningen är den tydligaste indikatorn, men inte den enda – ett lågt pris kan dra lika mycket. Hållbara siffror får du genom jämförelse: en grupp butiker med skärmar mot en likartad grupp utan. Mätbara är kundflöde, uppehållstid, konverteringsgrad och driftkostnader – via besöksräknare, kassadata och kampanjtester.

Vad är viktigt vid planeringen?

Fyra saker: 1. definiera målen (vad skärmen ska användas till och hur framgång mäts), 2. granska platsen (solljus, behov av ljusstyrka), 3. ta fram en innehållsplan (vad som ska visas och hur det produceras) och 4. räkna in skalbarheten (stannar det vid en yta eller kommer den att växa).

Gör inte alla redan det här?

Skärmar hänger på många ställen – men strategiskt används de sällan. Skillnaden ligger inte i hardware utan i datalagret bakom: kontextlogik per zon, koppling till kass- och lagerdata, en enhetlig varumärkesbild i alla butiker.

DET HÄR GÖR SCREENWAY ANNORLUNDA

ScreenWay ser digital signage som en plattform, inte som en skärm: central styrning av alla platser, kontextlogik per zon, koppling till kass-, lager- och hyllkantsetikettdata, i en GDPR-kompatibel arkitektur som vid behov kan drivas on-premises. Kostnadsfri demo: screenway.com · vertrieb@screenway.com.

KÄLLOR Nyckeltal (29,5 % försäljning, 52 % annonsminne, 70 % påverkan på köpbeslutet): aggregerade värden som citeras i branschen, ursprungligen Retail TouchPoints / Digital Signage Today (2022), bl.a. via Posterbooking; storleksordning, ingen egen mätning av ScreenWay · Systematik för planering och ROI: branschpraxis · Produktuppgifter: ScreenWay.