

Il digital signage diventa interattivo e intelligente

di **Francesco Oldani**

L'efficacia di Amazon non deriva solo dall'efficienza logistica ma dalla capacità di relazionarsi individualmente con i propri clienti. Le tecnologie digitali consentono una profilazione puntuale e i pure player del web la stanno sfruttando a scapito dei retailer tradizionali. Una possibilità da sperimentare per i retailer tradizionali è quella del digital signage intelligente con il quale è possibile interagire con il consumatore in modo mirato.

Come funziona

Sistemi di digital signage intelligenti capaci di riconoscere il consumatore che si pone davanti allo schermo esistono da poco tempo. Ciò che frena i retailer all'investimento è anche il loro utilizzo articolato e l'architettura tecnologica richiesta. Tra le soluzioni disponibili è peculiare quella di Edisonweb, una piccola azienda siciliana che all'ultimo Wincor World ne ha dimostrato le potenzialità. Web Signage - questo il nome - si

Grazie a un sistema di riconoscimento dei volti anonimo realizzato da Edisonweb è possibile erogare contenuti digitali interattivi di prossimità



Una delle applicazioni realizzate è uno scaffale intelligente con sensori per campagne con contenuti dinamici. Nella foto in alto un pop channel in un Ipercoop. Al Wincor World 2014 Edisonweb ha presentato un Ds interattivo che riconosce il profilo delle persone.

basa su una installazione di digital signage che sfrutta pannelli standard. Il pannello è equipaggiato di una web cam che riprende in modo anonimo gli astanti. Le immagini sono elaborate da un software in grado di dare informazioni sul profilo degli stessi e grazie a ciò i contenuti erogati sono personalizzati per target specifici. Di più: il retailer attraverso un Pc o tablet ha accesso a un sistema di reporting in grado di informarlo nel dettaglio sulle tipologie di persone che transitano e si fermano davanti ai contenuti interattivi. L'elaborazione e l'erogazione dei dati avviene in cloud cosicché il retailer non deve dotarsi di un sistema tecnologico "pesante" grazie alla modalità di erogazione del software come servizio. ■



Cosa fa EdisonWeb

Edisonweb è un'azienda che opera in Sicilia dal 1996. Collabora con l'università di Catania e dispone di un organico di 12 sviluppatori. Da 4 anni sviluppa soluzioni di marketing digitale di prossimità e ha un ufficio a Stoccarda in Germania. Mark Up ha chiesto a Riccardo D'Angelo Ceo Edisonweb qual è stata la genesi di Web Signage: "Abbiamo iniziato lo sviluppo dal 2010 con l'intenzione di distinguerci dall'offerta presente sul mercato. La strada intrapresa fu l'analisi anonima del volto". Come interpretate il digital signage?: "Nella fase esperienziale il digital signage genera quattro fasi distinte: la componente di attrazione (immagini e suoni calamitano i consumatori), la componente di interazione declinata in diverse forme tra cui il test detection (forma interattiva anonima ma anche via smartphone o Qr code), l'erogazione di un contenuto dinamico e la misura dell'esperienza. Su questo modello abbiamo costruito e innestato tutti gli elementi che consentono di interagire e conoscere il cliente". Cosa è richiesto? "Un'installazione standard di digital signage più una webcam e la connessione al cloud: Web Signage è in grado di utilizzare player per contenuti standard".