


# Cyfrowy szczyt w Poznaniu


TEKST SYLVIA WŁODARCZYK

Pierwsza w Polsce Konferencja „Komplementarna Komunikacja Wizualna w Digital Signage i Cyfrowych Nośnikach Zewnętrznych”, zorganizowana przez VISUAL COMMUNICATION zgromadziła blisko 250 profesjonalistów, marketerów i dystrybutorów.



W trakcie spotkania, które odbyło się w pierwszy dzień targów Euro-Reklama w Poznaniu, omówiono kierunki rozwoju nowoczesnych multimediów oraz podkreślono coraz większą rolę Digital Signage w kampaniach reklamowych. Konferencję rozpoczęła prezentacja Mariusza Stachowiaka z Pol-Tv Multimedia, który mówił o efektywności nośników DS. W swoim wystąpieniu Stachowiak przedstawił aktualną sytuację na rynku badań na świecie, ale przede wszystkim, wyjaśnił na czym polega system iCapture. Następni prelegenci: Paweł Borowiec i Tomasz Kędzior z Sellsys Vision, wychodząc od krótkiej historii Digital Signage OOH w Polsce, mówili o kierunkach rozwoju cyfrowych nośników zewnętrznych i możliwościach technologicznych. Kolejne wystąpienie dotyczyło monitorów LCD w systemach Digital Signage. Maciej Dziadowiec z firmy NEC Display Solutions opowiedział zgromadzonym o specyfice firmy i monitorów NEC, a następnie przeszedł do rozwiązań POS i Digital Signage, prezentując te zagadnienia „od kuchni”, czyli od strony technicznych rozwiązań. Ciekawym aspektem wystąpienia było także przedstawienie rozwiązań wielomonitorowych z całego świata.

**ŻEBY WIEDZIEĆ WIĘCEJ...** Następnym punktem spotkania było wystąpienie Macieja Stężyckiego z firmy 3M. Prelekcja dotyczyła technologii Digital Signage oraz wirtualnego Manekina „Lucy” – innowacyjnego medium w komunikacji z wykorzystaniem technologii obrazu Vikuti. Stężycki omówił także, w jaki sposób najlepiej wykorzystać technologię 3MDS i Vikuti i zaprezentował przykłady niezwykle udanych realizacji. O roli nośników cyfrowych w kampaniach reklamowych – mówił natomiast Marcin Boruta ze Screen Network. Boruta omówił specyfikę POSTV, DDS i DOOH Media, podał także przykłady kampanii z wykorzystaniem tych mediów. Kolejnym prelegentem był Paweł Noga



z firmy DDS Poland. W swojej prelekcji omówił on cyfrowy merchandising w placówce bankowej na przykładzie Alior Banku. Zarządził słuchaczom pięć sekretów udanego wdrożenia systemu DS, wyjaśnił na czym polega przemyślana koncepcja rozmieszczenia cyfrowych nośników. Z kolei Michał Rędziaż z Veracom wystąpił z prelekcją zatytułowaną: „Niewykorzystane możliwości Digital Signage, istota playerów i contentu”, w której stwierdził, że niestety większość instalacji DS w Polsce nie wykorzystuje możliwości, jakie dają im odtwarzacze. Dodał, że w ponad 85 proc. instalacji nie ma treści on-line. Według Rędziaż, aby skutecznie czerpać profity z DS, należy skupić się na: treści, hardware i na samej instalacji. Te trzy rzeczy są kluczem do sukcesu. Jedną z ostatnich prelekcji podczas konferencji było wystąpienie Marcina Gieracza z City Screen, dotyczące innowacji w reklamie zewnętrznej. Gieracz omówił obecną sytuację na rynku cyfrowego outdooru, podając ciekawe przykłady ze świata. Wyjaśnił także, że głównym atutem DS będzie zaangażowanie konsumenta i interaktywność. Mówił również, na czym polega przewaga technologii LED nad tradycyjną formą reklamy. Spotkanie podsumowało wystąpienie Prezesa IGRZ, Lecha Kaczonia, poświęcone ewolucji nośników reklamowych. Po wystąpieniach, prelegenci i słuchacze dyskutowali na temat DS i cyfrowych nośników, wymieniali się doświadczeniami i uwagami. Spotkanie zorganizowane przez nasz magazyn było jednym z najważniejszych tegorocznych wydarzeń w branży, głównie dzięki temu, że udało się nam zaprosić do współpracy grono wybitnych ekspertów, którzy podzielili się swoją wiedzą z audytorium. Wszystkie prelekcje można bezpłatnie pobrać z naszej strony internetowej: [www.visualcommunication.pl](http://www.visualcommunication.pl). Zachęcamy także do odwiedzenia fotogalerii z wydarzenia. 📷