



Indoor LED

Groter, scherper, efficiënter

White paper

BIS | econocom

Groter, scherper, efficiënter

Informatievoorziening richting bezoekers neemt een steeds hogere vlucht. Van kantoor tot winkel, van auditorium tot showroom: overall waar mensen (samen)komen, blijkt het vertonen van informatieve en commerciële boodschappen een moderne, actuele, efficiënte en rendabele manier om een onuitwisbare eerste indruk te maken.

Wilt u uw bezoekers adequaat, visueel aantrekkelijk verwelkomen en informeren? Op zo'n manier dat u indruk maakt? Indoor LED maakt het mogelijk. BIS deelt graag de ins en outs met u zodat u goed voorbereid de juiste keuzes maakt.

De eerste indruk

Niet alleen de eerste indruk die mensen maken is eenmalig en nooit meer over te doen, ook de eerste indruk van bedrijven blijft hangen en kan zelfs bepalen of iemand wel of geen klant wordt. Een goed product en goed opgeleid en vriendelijk personeel zijn uiteraard essentieel, maar dat geldt niet minder voor de eerste indruk die bv. de inrichting van uw kantoorpand achterlaat. Tweederde van de bezoekers van uw bedrijf heeft zich al een indruk gevormd voordat ze binnen zijn, beweert Arnoud Koek, manager business development bij SPARQ. Daar valt de receptie onder, maar ook de parkeerplaats en de bewegwijzering richting en in het gebouw. Het speelt allemaal een rol bij het neerzetten van uw merk.

Storytelling en beleving

Zorg daarom dat de stijl, ambiance en manier van presenteren allemaal aansluiten bij de merkbeleving die u wilt creëren. Storytelling en beleving zijn daarbij sleutelwoorden. Vergeet bovendien niet dat de eerste stappen binnen uw organisatie altijd gepaard gaan met emotie, een bepaalde spanning. Visuele indrukken spelen hier het best op in, pas daarna registreren bezoekers bijvoorbeeld de manier waarop ze welkom worden geheten. Zorg dus dat die visuele presentatie perfect aansluit bij de gewenste uitstraling van uw organisatie. Goed nieuws: de hedendaagse techniek maakt het meer dan mogelijk om een visueel verpletterende eerste indruk te maken op uw gasten.



Informeert en entertain tijdens het wachten

Waar visuele communicatie bij binnenkomst best 'simpelweg' indrukwekkend en 'gewoon' mooi mag zijn, kunt u de communicatie tijdens het wachten met name richten op informeren. Met deze 'tweede indruk' verdiept u de indruk van de eerste. U kunt uw bezoekers tijdens het wachten visueel aantrekkelijke productpresentaties tonen, bedrijfsfilms laten zien, achtergrondinformatie over uw producten en diensten geven. Allemaal aspecten die u met een goede narrow-casting oplossing realiseert.

Vijf tips voor een indrukwekkende eerste én tweede indruk

1: Presenteer uw organisatie

Laat in al uw uitingen, direct vanaf binnenkomst, zien waar uw onderneming voor staat. Pas in ieder geval uw ontvangs- en wachtruimte aan aan de uitstraling die u als bedrijf wilt hebben. Dat kan opvallend en innovatief zijn, maar evengoed elegant en bescheiden.

2: Digitaliseer

Rondslingerende papieren geven een rommelige indruk; digitaliseer uw werkprocessen! Maak daarnaast gebruik van digitale informatie op (interactieve) beeldschermen in plaats van folders en posters.

3: Kleine ruimte? Maak hem virtueel groter
Een ruimte hoeft niet groot te zijn om een grootse indruk te maken. Kies voor open meubilair, gebruik glas en maak gebruik van lichte kleuren om zoveel mogelijk licht te reflecteren.

5: Creëer een beleving

Welk verhaal wilt u vertellen? Welke beleving wilt u uw bezoekers laten ervaren? Laat deze elementen terugkomen in uw ontvangstruimte. Verras en overweldig. Zorg bovendien dat de ruimte of tijdloos ingericht is of snel aan te passen is aan bijvoorbeeld een nieuw verhaal dat u wilt vertellen (dit kan heel eenvoudig als u uw verhaal vertelt op digitale beeldschermen).

4: Gebruik uw bedrijfskleuren

Laat altijd de kleuren van uw logo terugkomen in de ontvangstruimte. Zorg dat bezoekers de ruimte én uw merk in één oogopslag herkennen, bijvoorbeeld omdat ze uw website hebben bezocht of advertenties hebben gezien. Dit vergroot meteen de betrokkenheid.



Narrowcasting ondersteunt identiteit én omzet

De narrowcasting markt groeit. En dat is niet voor niets. Wie wil er zijn klanten en bezoekers nu niet een unieke en state-of-the-art ervaring meegeven? Met een boodschap die per direct aan te passen is op basis van veranderende omstandigheden of nieuwe informatie? Dé manier om dit te doen is met digitale, indoor beeldschermen.

Indoor beeldschermen kunt u inzetten als signage en voor narrowcasting doeleinden. 'Signage' bevat onder andere bewegwijzering en andere relevante bezoekersinformatie; narrowcasting is het 1-op-1 communiceren met bezoekers. U kunt op die manier gerichte communicatie effectief combineren met commerciële boodschappen.

Dat blijkt zeer effectief te zijn: 52% van de mensen die een boodschap via narrowcasting te zien krijgen, onthoudt deze boodschap (een hoger percentage dan elk ander medium!). Maar liefst 59% van de mensen die een digitale boodschap zagen tijdens een bezoek aan een organisatie, ging later op zoek naar meer informatie over het gepresenteerde onderwerp. Presenteert u informatie in een wachtruimte of bij een receptie, dan groeit het aantal informatieaanvragen over het getoonde product of dienst met 5-15%. De verkoop van specifieke producten kan tenslotte met maar liefst 33% stijgen als ze digitaal gepromoot worden tijdens een bezoek aan de organisatie.

Aantoonbaar succesvol

Uit onderzoek van Marlou Osinga aan de Universiteit van Twente (2010) bleek al dat narrowcasting omzetverhogend kan werken. Retailers mogen gemiddeld uitgaan van 15% extra omzet dankzij de inzet van narrowcasting. Of ze dit percentage ook daadwerkelijk halen is uiteraard afhankelijk van hun aanbod, van hun boodschap en de manier waarop ze narrowcasting inzetten; zo kunt u er ook uw winkelimago mee verbeteren – en dus uw omzetcijfers op de langere termijn. Maar de korte termijn effecten zijn overduidelijk. Zo werden er maar liefst vier keer zoveel producten verkocht die via narrowcasting in een supermarkt werden gepromoot.

De verklaring ligt in de combinatie van het onder de aandacht brengen van het merk op de schermen in combinatie met een aantrekkelijke aanbieding op de winkelvloer.

Daarnaast bleek uit het onderzoek dat narrowcasting zeer effectief is om de wachttijdbeleving van bezoekers te verminderen ('wachtverzachting'). Hoe langer mensen moeten wachten, hoe negatiever hun beeld van de organisatie. Door ze af te leiden met interessante boodschappen op beeldschermen, ervaren ze de wachttijd als korter en blijft er een positiever beeld hangen.

Van LCD naar LED

Narrowcasting en digital signage vinden nog met name plaats via LCD-schermen maar LED is snel in opkomst. De totale markt groeit bovendien nog altijd significant: de wereldwijde omzet voor LCD signage bedroeg in 2014 meer dan zeven miljard dollar en groeit naar verwachting tot zo'n 15,4 miljard dollar in 2018. Nu de prijs van LED steeds verder daalt door grotere productievolumes en vraag, groeit de markt voor deze techniek ook razendsnel (cijfers: Samsung).

LED is niet alleen steeds betaalbaarder, maar biedt bovendien nog meer mogelijkheden dan LCD, met name als u grote en/of flexibele beeldschermen wilt of nodig hebt.

Extra indruk met LED

LED-schermen kent u waarschijnlijk al van de grote displays langs snelwegen en in stadscentra. Maar inmiddels zijn ze ook prima toepasbaar in (grotere) binnenruimtes.

En daar vormen ze een goed alternatief voor LCD. U brengt uw boodschap namelijk nog scherper, nog helderder tot leven op een (groot) LED-display. Op die manier boeit u uw bezoekers met visuele hoogstandjes en kunt u ze ook nog eens real-time relevante informatie aanbieden. Niet alleen over uw eigen bedrijf, producten en diensten en actuele aanbiedingen maar u kunt bijvoorbeeld ook weerinformatie, actualiteiten, fileberichten en vluchtinformatie tonen.

LED-presentaties

LED is daarnaast erg geschikt voor presentaties in grote zalen als auditoria waar het beeld ook van grote afstand zichtbaar moet zijn. De technische mogelijkheden omvatten niet alleen een superscherp en helder beeld, maar inmiddels zijn de beeldschermen ook naadloos te koppelen met allerlei databases. Zo kunt u via narrowcasting / digital signage allerlei soorten informatie tonen, zoals: Excel- en PowerPoint-bestanden, maar ook webpagina's, plannings, informatie uit uw gebouwbeheersysteem, etc.



LCD vs LED

LCD (Liquid Crystal Display): LCD beeldschermen gebruiken twee lagen gepolariseerde vloeibare kristallen om de kleur en lichtintensiteit te bepalen. Deze twee lagen worden van achteren verlicht door een reeks lichtgevende diodes.

LED (Light Emitting Diodes): LED-beeldschermen bestaan uit een reeks lichtgevende diodes die elk fungeren als individuele pixel. LED-lampjes produceren zelf licht via de semiconductor van de diodes.

Voordelen LCD:

- Hogere resolutie
- Snel en eenvoudig te installeren
- Leverbaar in diverse standaardformaten
- Lagere initiële kosten

Voordelen LED:

- Superscherp beeld, ongeacht afmeting
- Brede kijkhoek
- Hoge(re) lichtopbrengst
- Bijna alle formaten en vormen mogelijk
- Maatwerk mogelijk
- Buitengewoon bereik
- Hoge attentiewaarde
- Bezel-loos design (geen schermranden)



LED-oplossingen voor elke sector, elke toepassing

Digitale beeldoplossingen in LED-kwaliteit bieden letterlijk elke sector een gerichte oplossing:

Oplossingen voor zakelijke omgevingen: informeer uw bezoekers over uw organisatie (in adembenemende visuals!), promoot uw producten/diensten en/of informeer ze over de laatste ontwikkelingen in de wereld en uw organisatie. LED is bovendien ideaal voor presentaties in grotere ruimtes waar het belangrijk is dat ook geïnteresseerden op de achterste rij de spreker perfect kunnen volgen; denk aan grote boardrooms, aula's en auditoria.

Oplossingen voor de entertainmentsector: speel trailers van de nieuwste films af op grote LED-schermen, informeer over het komende toneelstuk in uw theater, vertoon sfeerfilmpjes van het concert dat onlangs plaatsvond, informeer over de volgende voetbaltopper die op het programma staat, presenteer afbeeldingen van de nieuwste kunstwerken in uw galerij in HD tot wel 4K kwaliteit en toon natuurlijk de aanbiedingen die vandaag gelden aan de bar.

Oplossingen voor de retail: digitale informatie helpt uw klanten kiezen, verbetert de klantervaring in de winkel en kan gerichte informatie over producten en acties geven. Extra voordeel: het resultaat van uw indoor-campagnes op de omzet is direct meetbaar (en direct aan te passen mochten de resultaten tegenvallen). Ook mogelijk: uw eigen tv-kanalen opzetten en dit indoor vertonen of digitale advertentieruimte verkopen aan leveranciers.

Oplossingen voor hospitality: toon het menu van de dag (in HD tot wel 4K kwaliteit zodat het er zelfs nog smakelijker uitziet), interessante uitjes in de omgeving, het actuele weerbericht, activiteiten die binnenkort plaatsvinden, actuele vlucht- en treininformatie, enzovoort.

LED-displays van BIS: voor een nog hogere attentiewaarde

BIS is voorloper op het gebied van Indoor LED-displays. Door LED-walls en -displays in te zetten op grote(re) locaties, waaronder winkelcentra, bibliotheken, bioscopen, musea en natuurlijk grote bedrijfspanden, kunt u zeer indrukwekkend communiceren met uw publiek.

LED-wall in uw raadszaal, auditorium of boardroom

Grote ruimtes zoals raadszalen, auditoria, collegezalen en grote boardrooms hebben vaak te maken met veel lichtinval en een groot publiek dat het videoscherm moet kunnen zien. In zulke gevallen biedt een LED-wall uitkomst. LED-screens zijn makkelijk in grote formaten op te stellen en hebben een uitstekende leesbaarheid, ook van ruime afstand. Als de ruimte daar om vraagt kunnen LED-screens ook in bijzondere vormen, bijvoorbeeld gebogen, geplaatst worden (Creative LED).

LED-walls voorzien van vele extra's

Er bestaat ook de mogelijkheid om LED-walls en displays van luidsprekers te voorzien. Ook is het mogelijk om LED-displays uit te rusten met bewegingssensoren, zodat ze 'tot leven komen' als iemand in de buurt is.

Geschikt voor veel soorten content

Er bestaat ook de mogelijkheid om LED-walls en displays van luidsprekers te voorzien. Ook is het mogelijk om LED-displays uit te rusten met bewegingssensoren, zodat ze 'tot leven komen' als iemand in de buurt is.

Betrouwbare en hoge kwaliteit LED-walls en -displays

LED-displays hebben een lange levensduur en weinig onderhoud nodig. Er is een geavanceerd koelingsysteem ingebouwd, waardoor het display ook bij hoge temperaturen goed blijft presteren. Het feit dat BIS uitsluitend werkt met A-merk fabrikanten stelt haar in staat om duurzame en professionele oplossingen te realiseren voor iedere toepassing.

Advies op maat

BIS kan u perfect adviseren over juiste soort LED, pixel pitch, kijkafstand en lichtopbrengst voor uw LED-oplossing. Om de juiste beeldkwaliteit voor uw specifieke situatie te bepalen zijn de volgende vragen van belang:

- Komt het LED-scherm binnen of buiten?
- Hoe groot mag/moet het LED-display zijn?
- Wat is de (minimale) kijkafstand?
- Staan, lopen of rijden de kijkers langs?
- Wat gaat u op het LED-scherm tonen? (PowerPoint, slideshows, video)

Alle voordelen op een rij van LED-walls van BIS

- Grote kijkhoek en hoge lichtopbrengst dankzij SMD en DIP
- Optimale leesbaarheid door automatische light controller
- Boodschap is snel aan te passen, altijd actueel
- Geen hoge vervangings- en drukkosten
- Veel detail bij minimale pixel pitch
- Goede kleurechtheid
- Lange levensduur
- Compleet pakket services voor zorgeloos gebruik
- Slimme financieringsmogelijkheden (co-financiering, lease, enzovoort)

Ook een onuitwisbare indruk maken met LED? Wilt u meer informatie over uw mogelijkheden met en de voordelen van Indoor LED?

Meer weten?

Ga naar www.bis.nl

Bel voor een demonstratie

0180 – 486777