

## **Ekran Digital Signage wpływa na podejmowanie decyzji zakupowych**

Według wyników ostatniego badania przeprowadzonego przez Kantar TNS i Samsung Electronics Polska<sup>1</sup>, ekrany digital signage mogą wpływać na zmianę decyzji zakupowych nawet przez co drugiego klienta. Natomiast aż 65 proc. spośród klientów, którzy zamówili danie reklamowane na wyświetlaczach przyznało, że wchodząc do restauracji miało inny plan i zmieniło swoją decyzję w wyniku poznania wyświetlanej promocji. Wyniki te wskazują na to, że digital signage to narzędzie służące do efektywnej prezentacji oferty, co przekłada się na poprawę wyników finansowych przedsiębiorstw z różnych branż.

Badanie Kantar TNS na zlecenie firmy Samsung zostało przeprowadzone w dniach 8-9 września 2018 roku na grupie 141 respondentów w Warszawie Ząbki (N= 49 osób), Gdyni (N = 41) i Łodzi Teofilów (N= 51) wśród klientów restauracji Gruby Benek.

### **Decyzje klientów**

Połowa klientów zwróciła uwagę na treści wyświetlane na ekranach digital signage. Szczególnie na to rozwiązanie wyczuleni byli mężczyźni i osoby młode (Millennials), czyli grupy statystycznie bardziej niż inni konsumenci zainteresowane nowymi technologiami.

*Po zainstalowaniu w naszych restauracjach ekranów digital signage zaobserwowaliśmy wzrost zainteresowania promocjami, które prezentowaliśmy naszym klientom. Do tej pory tę nowoczesną formę wyświetlania treści zastosowaliśmy w dwunastu restauracjach. Opierając się jednak na pozytywnych doświadczeniach sprzedażowych, a także niższymi kosztami zarządzania zmianą promocji w menu lokalu i znacznie lepszą estetyką prezentowanych treści marketingowych, planujemy implementację tego typu ekranów w pozostałych naszych punktach – komentuje Mateusz Szewczyk, Prezes sieci restauracji Gruby Benek.*

Co piąty klient, który zamówił reklamowane danie, przyznaje, że zrobił to bezpośrednio pod wpływem informacji wyświetlanych na ekranie w restauracji. Biorąc pod uwagę brak możliwości uzyskania informacji o promocji w inny sposób (poza digital signage), można wnioskować, że aż 80 proc. klientów, którzy kupili reklamowane danie, zasugerowało się treścią wyświetlaną na ekranach digital signage podświadomie lub umniejsza wpływ tego przekazu na podjętą decyzję, np. uważając papierową ulotkę (której nie było w lokalach) za powód swojej decyzji.

W wybranych lokalach, w których na ekranach prezentowana była oferta specjalna napoju i pizzy, sprzedaż napoju wzrosła średnio o 40%, a dania o 36%. Biorąc pod uwagę fakt, że digital signage jest narzędziem stosunkowo nowym jeśli chodzi o sieć Gruby Benek i nadal potrzeba czasu, aby przyzwycząić klientów pizzerii do tej formy prezentacji oferty, wynik jest tym bardziej imponującym. Już teraz widoczne jest, że ekrany wpływają na znajomość menu lokali i mają wpływ na wybory klientów.

### **Ocena digital signage**

Forma prezentowania treści na ekranach digital signage była oceniana przez większość klientów restauracji (91 proc.) przede wszystkim jako czytelna i zrozumiała. Taki sam procent respondentów stwierdził, że prezentowane danie wyglądało na ekranie atrakcyjnie i przyciągało uwagę. Dla 81% klientów ekrany digital signage to bardzo nowoczesne rozwiązanie, które pozwala na atrakcyjną prezentację oferty i zdecydowanie ułatwia proces zakupowy oraz podjęcie decyzji – aż 2/3

---

<sup>1</sup> Kantar TNS, *Ocena skuteczności digital signage z perspektywy konsumentów, badanie ilościowe przeprowadzone na zlecenie firmy Samsung, N= 141 klientów restauracji Gruby Benek w dniach 8-9 września 2018 roku.*

respondentów stwierdziło, że ten sposób wyświetlania treści ułatwia dokonanie wyboru, a dla przeszło 60 proc. jest usprawnieniem przy zamawianiu dań.

Niespełna  $\frac{3}{4}$  klientów już wcześniej zetknęła się z ekranami profesjonalnymi prezentującymi ofertę promocyjną. Dodatkowo, 60 proc. badanych przyznało, że chętnie korzysta z ekranów dotykowych jeżeli są one dostępne w miejscu sprzedaży. Takiego zdania są przede wszystkim mężczyźni i osoby młode do 35. roku życia.

### **Ekran dla Grubego Benka**

*Wdrożenie ekranów profesjonalnych w sieci Gruby Benek pokazuje, że rozwiązania digital signage są skierowane nie tylko do dużych firm i sklepów, ale także do małych i średnich, w tym m.in. dla takich, jak właśnie sieć pizzerii Gruby Benek. Ekran digital signage to rozwiązania wpływające na wzrost percepcji wyświetlanych treści i promocji, co pozwala kształtować decyzje zakupowe klientów. Ponadto, taka inwestycja będzie procentowała przez wiele lat, ze względu na wysoką trwałość i żywotność ekranów – komentuje Karolina Rostowska, Key Account Manager z firmy Samsung Electronics Polska.*

### **Dokładna metodologia badania**

W badaniu Kantar TNS uczestniczyli klienci restauracji Gruby Benek, którzy odwiedzili wybrane restauracje 8 lub 9 września 2018 roku (weekend), dokonując zamówień na miejscu w lokalach i zgadzając się na udział w badaniu. Badanie realizowane było na tabletach, a wielkość próby to N= 141.