

SCREEN AS DOORS

pantallas digitales en tienda



Financiado por:



Cofinanciado por
la Unión Europea



Colabora:





Índice

5

Introducción

6

Claves

8

Beneficios de las pantallas digitales en tienda

10

Casos de uso de las pantallas digitales en tienda

12

Desafíos de las pantallas digitales en tienda

14

Casos de éxito en comercios minoristas

16

Noticias destacadas

18

Referencias



INTRODUCCIÓN

La tendencia del **Screen as Doors**, también conocida como **Digital Signage**, está empezando a llegar al sector minorista en forma de **pantallas digitales, paneles táctiles o tótems de señalización digital** que generalmente se ubican en el punto de venta, o en lugares clave dentro del establecimiento, para aumentar el **impacto visual** de los productos, provocar acciones de consumo o generar contenido hiper-personalizado.

Según recientes investigaciones, **el 63% de los compradores** afirma que **se sienten atraídos por los mensajes visuales** mostrados **en pantallas de caja** y otro 61% asegura que los **contenidos inspiradores** mostrados en pantallas digitales dentro de los establecimientos mantienen alto su **nivel de atención** conforme avanzan hacia la **línea de caja**.

Los **quioscos interactivos**, por su parte, son el adelanto técnico con mayor aceptación entre los compradores dentro de los comercios, con un **75% de consumidores** que se muestran **interesados** por las **opciones de escaneo de códigos QR en pantallas digitales** para obtener más información sobre un producto o línea de productos. [1] [2]

Se espera que el mercado mundial de **digital signage** crezca a un ritmo interanual del **7,8% hasta el año 2030**, moviendo entonces un volumen de **44.720 millones de dólares**. Por tanto, los días de los carteles promocionales y los posters estáticos van a empezar a quedar atrás para ir dando paso a una nueva era marcada por las **pantallas digitales en tienda** que muestran **contenidos multimedia** más dinámicos y contextualizados. [3]



CLAVES

- A medida que la tecnología continúe evolucionando, las pantallas digitales jugarán un papel cada vez más importante en la configuración de los comercios minoristas físicos.
- Los dispositivos digitales interactivos permiten aumentar la atención del consumidor en la tienda, personalizar su experiencia y generar nuevas opciones de venta cruzada.
- Las diferentes modalidades de Screen as Doors incluyen puertas de entrada digitales, frigoríficos con pantallas táctiles, quioscos interactivos o dispositivos de señalización en estanterías.
- La farmacia Campoamor en Sevilla o la tienda insignia de la óptica Cottet en Barcelona son dos buenos ejemplos de la llegada de esta tendencia al sector minorista español.



BENEFICIOS DE LAS PANTALLAS DIGITALES EN TIENDA

Veamos a continuación las **principales ventajas** que los comercios minoristas pueden extraer de la instalación de **pantallas digitales en tienda**:

AUMENTO DE LA RETENCIÓN

Se estima que **2 de cada 3 compradores entran en las tiendas sin planes específicos de compra**, con la única idea de descubrir productos [2].

Las pantallas digitales ofrecen el nivel de **flexibilidad y dinamismo** necesario para **cambiar en tiempo real el contenido** ofrecido al consumidor, facilitando la actualización de promociones, ofertas y mensajes relevantes que, a la larga, aumentan su estancia en la tienda y permiten crear una **atmósfera más propicia para la compra**.

ATENCIÓN DEL CONSUMIDOR

Según las investigaciones, los **españoles** pasan más del **34% de su tiempo** despiertos **mirando una pantalla**, un porcentaje que, además, va en aumento desde los últimos años. [4]

Por otro lado, **el tiempo que los consumidores dedican a ver un anuncio en pantalla digital es un 60% superior** al de los anuncios físicos por lo que la probabilidad de compra aumenta en la misma proporción. [5]

Los mapas interactivos y las señalizaciones digitales permiten, además, aumentar las **capacidades de "Wayfinding"** de la tienda, ayudando a **dirigir a los consumidores hacia el producto deseado o el destino de compra**.

SINERGIAS EN EL PUNTO DE VENTA

Gracias a las pantallas digitales, el comercio obtiene más opciones para aprovechar los **momentos críticos** del **viaje del consumidor** para generar nuevas opciones de **venta cruzada**.

Por ejemplo, los anunciantes pueden utilizar las pantallas situadas en los puntos de pago para **atraer las decisiones de compra hacia una marca** concreta o **presentar productos adicionales** que el consumidor desconocía en el momento de la decisión de compra.

CAPTACIÓN DE DATOS

Al interactuar con las pantallas digitales, los comercios capturan una **información muy valiosa** sobre cómo los usuarios se comportan en las tiendas, sus **patrones y hábitos de compra**, así como su **relación con las marcas**.

Registrar y analizar esta información facilita la posterior **optimización de las estrategias de marketing** así como la posibilidad de crear ofertas y **experiencias de compra** mucho más personalizadas, basándose en las **preferencias o necesidades individuales** de cada consumidor y su contexto de compra.



CASOS DE USO DE LAS PANTALLAS DIGITALES EN TIENDA

A continuación, veremos las diferentes formas en que los comercios minoristas pueden implementar pantallas digitales dentro de sus establecimientos físicos [6] [7]:

CARTELES DIGITALES EN ESCAPARATES

Una modalidad consiste en colocar pantallas en los escaparates para mostrar **promociones o videos** que llamen la **atención de los transeúntes** y los inviten a entrar en la tienda.

Los **escaparates digitales** situados en exteriores pueden incluir, además, opciones táctiles interactivas para retener al consumidor mientras descubre información sobre productos destacados o previsualiza las diferentes opciones que encontrará dentro del establecimiento.

PUERTAS DIGITALES DE ENTRADA

Otra opción es instalar **pantallas táctiles en las puertas de entrada** para dar la bienvenida a los clientes con mensajes personalizados, promociones especiales o información sobre eventos y actividades en la tienda.

Este sistema permite **enfocar a los clientes hacia lo que están buscando** dentro de la tienda o mostrarles un **mapa interactivo** con información sobre las diferentes secciones y promociones destacadas, para que puedan **descubrir nuevos productos**.

PANTALLAS DIGITALES EN FRIGORÍFICOS Y SEÑALIZACIÓN

Uno de los casos de uso que más adopción tiene entre el comercio minorista, y en concreto en el sector alimentario, es la instalación de pantallas digitales en las puertas de los **frigoríficos y estanterías** donde se almacenan los productos.

Los frigoríficos inteligentes **aumentan el impacto visual** de los productos y los dispositivos más avanzados ya combinan también otras tecnologías emergentes como la **inteligencia artificial**, los **sensores conectados IoT** e incluso la **realidad virtual**.

QUIOSCOS INTERACTIVOS

Los quioscos digitales funcionan a modo de **puntos de información** donde los consumidores pueden **buscar productos**, conocer más a fondo las **características**, consultar su **disponibilidad** en tienda o realizar **pedidos en línea**. Generalmente funcionan a través de **códigos QR** que el cliente escanea para acceder fácil y rápidamente a los datos del producto.

PANTALLAS EN EL PUNTO DE VENTA (POS)

Por último, se pueden instalar **paneles junto a las cajas registradoras** para mostrar ofertas de último minuto, programas de fidelización, o sugerencias de **productos complementarios**, aumentando así las ventas impulsivas.



DESAFÍOS DE LAS PANTALLAS DIGITALES EN TIENDA

A pesar de que todas estas ventajas y oportunidades, también existen algunos **retos** que pueden hacer complicada la **adopción** de las pantallas digitales por parte de los **comercios minoristas**:

COSTE INICIAL Y MANTENIMIENTO

La **instalación** de pantallas digitales y la **creación de contenido** visualmente atractivo puede requerir una inversión inicial elevada.

Además, el **mantenimiento** y la **actualización** del hardware y el software pueden generar **costos adicionales** a lo largo del tiempo que sean difíciles de asumir por los comercios de menor tamaño.

La **tecnología está en constante evolución**, y es un desafío mantenerse al día con las últimas tendencias, así como asegurarse de que el **hardware** y el **software** están **actualizados** y son compatibles entre sí.

ACTUALIZACIÓN DEL CONTENIDO

Mantener fresco, relevante y actualizado el contenido de las pantallas puede ser complejo. Es necesario dedicar **tiempo y recursos** para **crear y gestionar contenido de calidad** que resuene con los clientes y que se ajuste a las necesidades y objetivos del negocio.

Y es que, aunque las pantallas digitales pueden captar la atención de los clientes, **no siempre garantizan una interacción significativa**. Es importante **diseñar contenido que esté actualizado y que invite a los clientes a interactuar** y participar activamente.

EXCESO DE ESTÍMULOS VISUALES

En entornos minoristas con muchas pantallas digitales y otros estímulos audiovisuales (como luces brillantes y música) existe el **riesgo de saturar a los clientes con demasiada información sensorial**.

En un mundo como el actual en el que las personas pasan cada vez más tiempo pegadas a la pantalla, es importante encontrar un equilibrio para **evitar abrumar a los clientes** y mantener el enfoque en los mensajes clave así como una **atmósfera de compra libre de estrés**, algo especialmente crucial en ciertos sectores, y tipos de establecimientos, donde el consumidor busca una **experiencia de compra relajada**.

PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Dado que las pantallas digitales pueden recopilar **datos personales de los consumidores**, es esencial obtener el **consentimiento adecuado** y cumplir con las **regulaciones** de protección de datos.

Por otro lado, las pantallas digitales **pueden estar conectadas a la red** lo que las hace susceptibles de sufrir **ataques cibernéticos** y **violaciones de seguridad**.

Por lo tanto, las opciones de **Screen as Doors** a veces plantean **preocupaciones** sobre la privacidad y la **vigilancia invasiva** y es crucial **implementar medidas de seguridad robustas**.



CASOS DE ÉXITO EN MINORISTAS

A continuación, mostraremos dos **ejemplos** de implementación de **Screen as Doors** en **España**:

FARMACIA CAMPOAMOR

En **Sevilla**, diversas **farmacias (Campoamor, Pagés y Carlos V)** han instalado un sistema de **pantallas digitales en escaparate** proporcionado por la empresa **Visuality**.

El sistema de **digital signage** de **Visuality** proporciona un **servicio integral de cartelería digital** para comercios que incluye tanto los dispositivos, en forma de pantallas de interior o exterior LED o LCD, tótems y pantallas verticales para escaparate, como la **instalación y el mantenimiento del software** y la creación de los contenidos que incluirá la cartelería digital.

En el caso de la **Farmacia Campoamor** han instalado el sistema con la finalidad de **estimular el impacto visual**, tanto del propio cliente ya fidelizado como del cliente potencial o transeúnte.

Debido a la ubicación de la farmacia, que se encuentra en una avenida de gran tamaño, la pantalla digital del escaparate **hace que la visualización del establecimiento aumente exponencialmente**, sobre todo durante el horario nocturno.

De esta forma, han logrado **captar más fácilmente la atención del consumidor** y que este identifique con mucha más rapidez la ubicación de la farmacia.

Casos de éxito como el de **Visuality** y las **farmacias sevillanas** muestran las posibilidades que la **cartelería digital en escaparates** ofrece a los comercios a la hora de **aumentar su visibilidad**. [8]

COTTET

En Barcelona, la cadena minorista francesa de ópticas **Cottet** ha trabajado con la empresa **Instronic** para instalar un novedoso sistema de **cartelería digital** en su tienda insignia situada en la **Rambla de Catalunya**.

De la mano de **Instronic** han creado una tienda que combina arquitectura tradicional con innovación tecnológica, aprovechando tanto la fachada como los escaparates para **generar impacto visual y atraer tráfico**, respetando el ambiente interior sin contaminar lumínicamente la tienda.

Dentro del establecimiento también han implementado una **estrategia de contenidos digitales mostrados en pantalla**, diseñados para potenciar el **branding** de la marca, al tiempo que apoyan las **estrategias comerciales de los puntos de venta**.

A lo largo del interior del establecimiento han situado diferentes modalidades de **cartelería digital para impulsar las campañas promocionales** de la óptica en los diferentes puntos críticos del viaje de compra. De esta forma, la cartelería digital se ha convertido en un **elemento diferenciador de la marca** y de gran valor para potenciar sus estrategias de **marketing dinámico en tienda**.

A través de las soluciones **lift and learn** de los dispositivos instalados por **Instronic**, **Cottet** busca acercarse al consumidor y **generar interacción durante su estancia en la tienda**. A través de las pantallas digitales el visitante puede interactuar con el producto creando **experiencias diferenciales** y aumentando la **probabilidad de compra**. [9] [10]



NOTICIAS DESTACADAS



ESPRESSO HOUSE LLEVA EL DIGITAL SIGNAGE A SUS ESTABLECIMIENTOS CON VISUAL ART

DIGITALAVMAGAZINE

Espresso House, una de las mayores cadenas de cafeterías con más de 500 establecimientos en los países nórdicos y Alemania, ha elegido a Visual Art como socio estratégico y proveedor para la implementación de soluciones de digital signage. Las pantallas digitales servirán como un canal de marketing eficaz para impulsar las ventas y aumentar la participación de los huéspedes.



CMS TRENDS: CÓMO LA IA EN DIGITAL SIGNAGE REDEFINIRÁ LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR

DIGITAL SIGNAGE TODAY

En cualquier industria, la señalización digital permite a las organizaciones desplegar rápidamente y de manera efectiva contenido atractivo en ubicaciones específicas y con propósitos específicos. La inteligencia artificial y el aprendizaje automático seguirán mejorando las experiencias digitales, permitiendo a las empresas adaptar y crear contenido personalizado y atractivo relevante para las audiencias adecuadas.



TESCO REDOBLA SU APUESTA POR EL RETAIL MEDIA CON 1.800 PANTALLAS EN TIENDAS

FOOD RETAIL

Tesco sigue apostando por la expansión de su red de publicidad digital en tiendas con el despliegue de su pantalla número 1.800.

Estos elementos permiten a la enseña británica mostrar contenido animado y elementos visuales, respaldando su campaña en tienda y sus lanzamientos de productos exclusivos.



LOS ESCAPARATES DIGITALES YA BRILLAN EN LOS HOTELES

EL DIARIO VASCO

Son novedosos, coloridos y llaman la atención. Los escaparates digitales instalados en siete hoteles de San Sebastián han tenido una gran aceptación, captando el interés de los clientes.

Una veintena de comercios y siete alojamientos de cuatro estrellas participan en el proyecto de la Sociedad de Fomento para promocionar el producto local.



REFERENCIAS

[1] MOODMEDIA. Informe de tendencias de los clientes en tienda. 2023. [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://moodmedia.com/es/2023-tendencias/>

[2] BEAUTYPROF. Los consumidores buscan experiencias digitales y más personalizadas en el punto de venta. 20 de Diciembre de 2023. [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://www.revistabeautyprof.com/texto-diario/mostrar/4656188/consumidores-buscan-experiencias-digitales-personalizadas-punto-venta>

[3] COHERENT MARKET INSIGHTS. Digital Signage Market Analysis. Julio de 2023. [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://www.coherentmarketinsights.com/market-insight/digital-signage-market-6059>

[4] ELECTRONIC HUBS. The Average Screen Time and Usage by Country. 18 de abril de 2023. [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://www.electronicshub.org/the-average-screen-time-and-usage-by-country/>

[5] CYBERCLICK. ¿Qué es Digital Signage? La revolución de la publicidad digital. 03 de diciembre de 2029. [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-digital-signage-la-revolucion-de-la-publicidad-digital>

[6] SCREEN CLOUD. 8 Digital Signage Retail Benefits. 03 de diciembre de 2029. [Consultado 20 – 04 – 2024] Disponible en: <https://screencloud.com/retail/digital-signage-benefits>

[7] WE ARE AMNET. Everything you need to know about digital signage in retail [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://www.weareamnet.com/blog/digital-signage-for-retail/>

[8] VISUALITY. Casos de éxito en cartelería digital. [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://visualityds.com/casos-de-exito-carteleria-digital/>

[9] INSTRONIC. Nuevos lenguajes digitales para una marca con tradición. [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://instronic.com/es/client-post/cottet/>

[10] HUUUN. Flagship Cottet Óptica y Audiología (BCN). [Consultado 26 – 04 – 2024] Disponible en: <https://huuun.com/flagship-cottet-optica-y-audiologia-bcn/>

RETAIL  digital