

Digitaalisuus lyömässä läpi

Viestintämahdollisuudet moninkertaistuvat



– Fiscal ja Pomi ovat tehneet yhteistyötä jo vuosia, kertovat Mika Kumpulainen ja Jari Karsi. – Aina kun led-näyttöä halutaan ohjata netin yli, tarjoamme Fiscalin ohjelmistopakettin osana omaa toimitustamme, Jari Karsi lisää.

Digital Signage on sanapari, joka ei sellaisenaan kerro tavalliselle kuluttajalle tai yrittäjälle mitään. Mutta kun puhe kääntyy Info TV:n tarjoamiin mahdollisuuksiin viestinnän ja mainonnan toteutuksessa, hoksaa konkreettisesti havainneensa mistä asiassa on kyse: Tienvarsien suurten näyttötaulujen mainoksista sekä oppilaitosten ja muiden julkisen sektorin toimijoiden opastetauluista. Digitaalisten näyttöjen hyödyntämisen viestinnässä ja mainonnassa ennustetaan myös lisääntyvän lähivuosina rakettimaisesti, tarjoavathan ne uuden kanavan suurten massojen tavoittamiselle.

Digitaalisen informaation ja myymälämainonnan esittämiseen kehitetyn Info TV -järjestelmän takaa löytyy oululainen Ohjelmatuotanto Fiscal Oy, joka on panostanut järjestelmän kehittämiseen vuodesta 2007 alkaen. Markkinoille al-

kuvuodesta 2009 tullut järjestelmä on herättänyt runsaasti kiinnostusta, joskin sen laajamittainen käyttöönotto on vasta alullaan.

– Taantuma selkeästi jarrutti järjestelmän läpilyöntiä, mutta nyt kesän jälkeen tilanne on toinen; kysynnän määrä on kymmenkertaistunut puolessa vuodessa. Järjestelmän avulla toteutettava viestintä onkin selkeästi tullut jädäkseen, odotettavissa on jopa sen hurja nousu, Fiscalin toimitusjohtaja Mika Kumpulainen ennustaa.

Syyt digitaalisten näyttöjen käyttämiseen mainonnan ja viestinnän välineinä ovat Kumpulaisen mukaan ilmeiset. – Tavoitettavuus, nopea ja helppo päivitettävyyttä sekä erilaisen informaation esittäminen samanaikaisesti, hän kiteyttää.

– Esimerkiksi kouluissa ja muissa laitoksissa, kuten terveysasemilla tai eri virastoissa, näytöt sijoitetaan eri puolil-

le rakennusta. Sama informaatio on tuolloin kaikkien katsottavissa yhtä aikaa ja se voidaan myös toistaa tietyin väliajoin. Järjestelmän toiminnassa ei ole myöskään rajoituksia, vaikka rakennuksia on useampia tai ne ovat etäällä toisistaan. Järjestelmää voidaan hyödyntää siten myös yrityksissä, joissa on useampia toimipaikkoja tai eri tehtäviin erikoistuneita osastoja. Informaatio voidaan tuolloin kohdentaa toimipaikka-, osasto- ja näyttökohtaisesti. Taloushallinnossa työskentelevät voivat siten saada omaan tehtäväänsä liittyvää informaatiota, kun taas tuotannollisella puolella voidaan esittää vaikkapa manuaaleja, myyntiosastolla puolestaan tuoteinformaatiota, Kumpulainen havainnollistaa.

– Näytöt toimivat tuolloin yrityksen tai yhteisön sisäisen viestinnän kanavana ja korvaavat perinteiset ilmoitustaulut. Näyttöjen avulla tiedottaminen säästää aikaa ja resursseja ja on myös ympäristöystävällistä, sillä se vapauttaa loputtomalta monisteiden jakamiselta, hän lisää.

– Samat järjestelmän käyttöön liittyvät edut ovat luonnollisesti myös muiden toimijoiden saavutettavissa. Esimerkiksi vähittäiskaupoissa, kaupakeskuksissa ja -ketjuissa näytöt voivat esittää eri tuotteisiin liittyvää informaatiota, tietyille kohderyhmille suunnattua mainontaa, juuri sen hetkisiä uutuuksia tai tarjouksia. Kongressikeskuksissa ja hotelleissa näytöt voidaan niin ikään ajastaa näyttämään eri tiloissa erilaisia informaatiota tiloissa vaihtuvien käyttäjien mukaan, Kumpulainen havainnollistaa.

Esitettävän aineiston syöttäminen järjestelmään on Microsoftin testaamassa ja hyväksymässä ohjelmistoratkaisussa tehty mahdollisimman helpoksi.

– Järjestelmän käyttö ei vaadi erityisosaamista. Riittää, että käyttäjä valitsee haluamansa informaation tai mainokset, lisää ne järjestelmän esityslistaan määrittellen samalla milloin ja

missä ne esitetään. Järjestelmä lähettää mainokset eteenpäin tcp/ip- tiedonsiirtona halutuille näytöille ja esittää ne haluttuun aikaan, Kumpulainen toteaa.

– Koska järjestelmä tukee useimpia tiedostomuotoja, voidaan esitettävä materiaali tehdä niillä välineillä, joilla ne tavallisestikin tehtäisiin, kuten vaikkapa powerpoint-esityksinä, kuvatiedostoina tai pdf:inä, hän lisää. – Tiedostojen siirto puolestaan on ehdottoman turvallista, sillä järjestelmään sisältyvät ohjelmistot hyväksyvät yhteydet vain toisiltaan. Ei siten ole pelkoa siitä, että jokin ulkopuolinen taho pääsisi ujutamaan ei-toivottua informaatiota esityksiin.

Pääsääntöisesti Fiscalin järjestelmä voidaan asentaa joko lan-, internet- tai intranet-verkkoon tai niiden yhdistelmiin. – Ei kuitenkaan ole poissuljettua, etteikö järjestelmää voisi hyväksikäyttää myös antenniverkossa, tekniset ratkaisut siihenkin löytyvät, Kumpulainen vakuuttaa.

Ylipäätään Fiscal kartoittaa Info TV :tä tarjotessaan aina asiakkaansa olemassaoleviin resurssien lisäksi ympäristön missä järjestelmää aiotaan hyödyntää. Kartoituksen jälkeen asiakkaalle esitetään yhteenvedon perustava ratkaisu järjestelmän toteuttamiseksi.

– Fiscalin perustuote on itse ohjelmapaketti asennuksineen ja käyttökoulutuksineen, mutta toimimme myös avaimet käteen -periaatteella, jolloin asiakas saa samassa paketissa myös informaation esittämiseen tarvittavat laitteet, Kumpulainen huomauttaa.

Kun informaatio tai mainonta halutaan toteutettavaksi led-näytöillä, Fiscal tekee yhteistyötä Kempeleessä toimivan Pomi Finland Oy:n kanssa. Ouluseudulla Pomin suurnäytöt ovat tulleet tutuiksi keskustaan johtavien sisääntuloväylien varrelta. Led-näyttöjä voidaan kuitenkin hyödyntää myös sisätiloissa.

– Käytännössä led-näyttö on

asennettavissa minne vain sähköä tulee, Pomi Finlandin toimitusjohtaja Jari Karsi huomauttaa. – Led-näyttöjen tekninen toteutus ja koko vaihtelee niiden käyttötarkoituksen ja katseluetäisyyden mukaan. Etäältä tarkasteltavan näytön esitystarkkuus poikkeaa siten aivan vierestä katseltavasta näytöstä.

Led-näyttöjen käyttö etenkin ulkomainonnassa perustuu Karsin mukaan niiden led- ja plasmanäyttöjä parempaan valovoimaisuuteen, jolloin esitys on helpommin havaittavissa.

– Ulkomainosten toteutustapaa on toistaiseksi säädöksiin rajoitettu, esimerkiksi liikkuva kuvaa ei saa esittää, mutta itse tekniikka mahdollistaa mitä moninaisemmat tavat viestiä. Mainosten sisältöön tullaankin varmasti kiinnittämään enemmän huomiota sitä mukaa kun näytöt yleistyvät, Karsi toteaa.

– Mainosvälineenä ohjelmiston avulla ohjattava led-näyttö on pitemmän päälle myös kustannustehokas, sillä se on nopeasti päivitettävissä eikä edel-

lytä fyysistä työtä toisin kuin nykyiset mainostornit ja -taulut, joihin mainos kiinnitetään vanhakantaisesti liisteröimällä ja joissa on korkeintaan valot niiden huomioarvoa edistämässä, hän painottaa.

Led-näytöt ovat kertainvestointina suhteellisen kalliita, mutta sekä Karsi että Kumpulainen uskovat niiden hinnan laskevan teknisen kehityksen myötä. – Ovathan esimerkiksi kännykät huomattavasti huokeampia kuin 10-15 vuotta sitten. Samoin taulu-TV:iden hinnat ovat pudonneet muutamassa vuodessa 5-10 prosenttiin niiden alkuperäisestä hinnasta.

Toisaalta ihan televisioiden tasolle tuskin päästään, sillä isokokoiset led-näytöt eivät ole kuluttajatuotteita, miehet tarkentavat. – Lyhytaikaiseen käyttöön, kuten tiettyyn tapahtumaan tai markkinointitempaukseen, näyttöjä voi toki myös vuokrata, Karsi lisää.

MERVI LEPOJÄRVI



Pomin led-näyttöjä, joissa käytetään Fiscalin ohjelmistojä materiaalin esittämiseen on mm. Tornion Rajalla -kaupakeskuksessa.