

El “digital signage” abre un campo ilimitado de posibilidades en hoteles, bares y restaurantes

La hora de la señalización digital

¿Ha oído hablar del “digital signage”?

Quédese con esta palabra, o si prefiere con su acepción en español: señalización o cartelería digital dinámica. La revolución táctil irrumpe con fuerza en la vida diaria, y hoteles y restaurantes no son una excepción.



La comunicación digital está cambiando a pasos agigantados, y con las nuevas tecnologías cualquier empresa puede ser más atractiva, interactiva e inteligente. Pantallas táctiles, interacción con los teléfonos inteligentes y nuevas formas de medir las audiencias se están uniendo para transformar el “digital signage”. Esta nueva era “inteligente” de comunicación digital proporciona infinidad de efectos positivos para la industria hostelera, tanto para propietarios como para huéspedes o clientes.

Cada vez más cadenas de hoteles de toda España están instalando en sus zonas públicas modernas pantallas de información con canales corporativos, ofertas y promociones, etc., que pueden ser de cualquier tamaño: desde el pequeño dispositivo colocado sobre el mostrador hasta los grandes totems informativos, pasando por la “tablet” pegada en la pared del ascensor que reproduce imágenes del hotel. O los nuevos kioscos multimedia que ofrecen un amplio abanico de información y servicios a los clientes, como el check-in y el check-out. Esta última función es muy útil en casos de colas y sobrecarga de trabajo en el mostrador de recepción.

Bares y cafeterías también se están aprovechando de estas soluciones alternando la emisión de eventos deportivos con contenidos propios, promociones de eventos y publicidades de proveedores, con una alta rentabilización de la inversión, como explican desde la firma Soluciones Tecnológicas Integradas.

Esta empresa fue una de las que mostró su oferta en la IV edición de la feria y congreso de Digital Signage y Marketing Móvil, TotalMedia, celebrada a finales de septiembre en Ma-



Instalación realizada en el lobby de un hotel con láminas ProDisplay

drid. Aunque no se trataba de un certamen específicamente hotelero, la gran mayoría de los equipos presentados tenían una aplicación directa en hoteles, restaurantes y bares. Allí pudieron verse las últimas novedades en marketing digital a través del “digital signage”, marketing móvil, realidad aumentada, video mapping sobre edificios, holografía, soluciones 3D, interactividad en punto de venta, etc.

El “digital signage” o cartelería digital dinámica, también conocido como publicidad dinámica, es un conjunto de tecnologías destinadas a comunicar de forma visual e impactante un determinado mensaje

CARTELERÍA DIGITAL: más ventajas para la hostelería

La feria TotalMedia contó con una conferencia dedicada a cómo influye el “digital signage” en el sector hostelero. Marco Sánchez Alfaro, director general de Info Street Point, explicó el éxito de su circuito Info Street TV. Se trata de un circuito DS instalado en locales de ocio, bares, restaurantes, discotecas, bares de copas y cervecerías que ya cuenta con 100 pantallas entre Barcelona y Madrid.

Este experto relató qué tipo de tecnologías se pueden instalar en un local de hostelería, desde cartas interactivas en iPads o tabletas a proyectores que transmiten imágenes de los platos en la mesa.

La principal ventaja de este tipo de soluciones es que se pasa de la

cartelería fija sin vida a una cartelería digital con movimiento, que transmite sensaciones, algo fundamental para impulsar la compra. Y todo ello con el ahorro que ello conlleva desde la imprenta, la distribución, etc. Sánchez Alfaro recalcó que “es importantísimo que el contenido sea dinámico y cada cierto tiempo diferente, para estimular la compra”. Por ello hay que introducir contenidos importantes (no sólo publicidad) como por ejemplo el tiempo en la ciudad, la hora local, el horóscopo, vídeos de entretenimiento, etc. “Son las emisiones habituales que ahora tienden a fidelizar al cliente”. También recomienda incluir las redes sociales en el digital signage, “lo que permiten interactuar al cliente con el

local”. El precio de los equipos fue otro punto importante. Según este directivo “por norma general no son soluciones de elevado coste. Evidentemente cuestan más que los equipos de consumo, ya que para cartelería digital se utilizan exclusivamente equipos industriales, preparados para trabajar 24 horas, los siete días de la semana”.

Finalmente, desglosó todo lo que se puede llegar a hacer con un canal de DS: emitir la carta, retransmisión en directo del equipo de cocina cocinando, emitir partidos de fútbol mientras se visualizan promociones del local o de terceros, interacción en redes sociales, y un amplio etc.: esta tecnología no ha hecho más que despegar.

emitido a través de pantallas LCD, pantallas de plasma o paneles de LED.

Está irrumpiendo con fuerza y permite reemplazar la cartelería estática y los sistemas de señalización tradicionales, lo que supone un cambio espectacular en el manejo del mundo de la información comercial.

Su propósito es mejorar la información que se desea mostrar a los receptores del mensaje: información de productos y servicios, información corporativa, información de producción, señalización, formación, incluso facilitar la interacción con los contenidos.

“Las posibilidades son infinitas, ya que con esta solución es posible segmentar la audiencia por tipos, dirigiéndonos a un público objetivo”, explican desde la firma Inves. Así, se pueden combinar los mensajes habituales de marketing, de producto o entretenimiento con otras informaciones, como emisión de noticias, avisos de seguridad, información corporativa, etc. “Y se puede personalizar y actualizar en tiempo real, lo que permite una gestión integral de los mensajes en el negocio”.

El contenido que se emiten en este tipo de plataformas se considera publicidad dinámica o publicidad digital, y diariamente se actualiza de forma remota, ahorrando en papel y co-



Cartel de la feria Total Media, celebrada a finales de septiembre en Madrid, donde se mostraron las últimas soluciones en cartelería digital

laborando así con el medio ambiente.

En definitiva, con los nuevos sistemas de cartelería digital cualquier establecimiento hostelero puede transmitir a sus los clientes su filosofía, productos, promociones e ideas de forma rápida, sencilla y eficaz, al tratarse de un medio que desarrolla un mayor impacto sobre nuestra percepción. Además, la gran ventaja de los contenidos digitales es que permiten rentabilizar la inversión transmitiendo publicidad de otras empresas, con lo que se puede amortizar rápidamente la inversión.

La cartelería digital en la hostelería

Las pantallas digitales proporcionan una imagen corporativa de modernidad avanzada a los hoteles, además de nuevos servicios interactivos para los clientes, con la ventaja de que se puede actualizar la información de manera centralizada e inmediata. Pueden instalarse en múltiples puntos del hotel:

- En la recepción: permiten mostrar la imagen corporativa, las tarifas de las habitaciones y ofertas, los tipos de cambio, noticias actualizadas, eventos, saludos para organizaciones o huéspedes especiales, el nombre del director, mensajes o notas para los huéspedes, información general (el tiempo, deportes, mercados, etc.).

De qué se compone una solución de cartelería digital

- **Contenidos:** los contenidos digitales que se emiten en las pantallas generalmente son archivos dinámicos.
- **CMS o gestor de contenidos:** una plataforma de software de cartelería digital que permite la adecuada adaptación, programación, actualización y envíos de contenidos para su reproducción en las pantallas y dispositivos instalados. Gracias al software intuitivo permite programar fácilmente los videos, textos, animaciones y contenidos multimedia

que desea que aparezca en cada pantalla. Accesible desde cualquier navegador web, puede realizar la actualización de contenidos de forma remota a través de su propio PC.

- **Servidor:** permite la ubicación de los contenidos para que los “players” ubicados en los espacios puedan recoger el contenido que deben emitir.
- **Internet (ADSL):** entre el servidor de contenidos y los players debe ofrecerse la posibilidad de distribución y actualización de la información a través

de Internet, para lo cual es necesario una conexión.

- **“Player” o reproductor:** es el que se ocupa de la reproducción de los contenidos que previamente se han programado con el software de gestión de contenidos. Cada player tiene la posibilidad de emitir contenidos en varias pantallas.
- **Pantalla:** recurso de visualización de contenidos. Pueden ser LCD, LED, proyectores, terminales táctiles, etc.

Fuente: Inves

- En el vestíbulo: de forma interactiva (con pantalla táctil o teclado) se podrá consultar, localizar y visionar un plano de la planta, la guía del hotel (habitaciones e instalaciones), información de compras (dentro y fuera del hotel), visitas locales, atracciones, eventos especiales, reuniones, banquetes...
- En salas de conferencia: se puede mostrar, de forma rápida y sencilla, los diferentes eventos, información sobre cada conferencia, etc.

En restaurantes y cafeterías, las pantallas digitales también son una plataforma de información, y permiten además motivar a las personas con menús y promociones especiales:

Con los nuevos sistemas de cartelería digital cualquier establecimiento hostelero puede transmitir a sus clientes su filosofía, productos, promociones e ideas de forma rápida, sencilla y eficaz

- En la entrada: permiten mostrar menús, las tarifas de las bebidas, promociones del día, la imagen corporativa.
- En el interior: de forma dinámica pueden presentarse videos, textos, animaciones y contenidos multimedia lo que desea que se aparezca en cada pantalla: los platos que ofrece el restaurante, la carta y especialidades, mesas asignadas y disponibles ...

En definitiva, la flexibilidad de esta plataforma permite mostrar el contenido idóneo para cada momento y en tiempo real.

“Poner promociones de cafés o desayunos por la mañana, menús, carta de vinos, o sugerencias del chef a la hora de la comida o cena son combinaciones que modernizan la imagen del establecimiento” explican desde la firma Inves.

Éxito de la carta digital de vinos

Joaquín Prieto, del restaurante valenciano La Cuina Restaurant, fue uno de los profesionales que realizó una su ponencia en TotalMedia, ya que ha estrenado su carta de vinos en formato digital con el Ipad de Apple. “No es fácil transmitir a la gente las ventajas de colocar una pantalla interactiva a la entrada del restaurante”, afirma. “A algunos les parece una inversión muy grande para los beneficios que puede aportar. Sin embargo, el tema de la carta de vinos en el iPad ya es otra cosa: los hosteleros lo ven con buenos ojos”.

En calidad de hostelero que ha hecho un enorme esfuerzo en crear una carta digital de vinos, Prieto habló de las ventajas que tiene poder actualizar la carta todos los días, con fichas muy completas de los vinos. “Es una manera rápida y eficaz de buscar entre muchas referencias de un modo rápido y eficaz. La gente me preguntaba por la inversión, si me parecía justa o desproporcionada, pero eso también depende del nivel de calidad y diseño que uno quiere en su negocio”.

A su juicio, en su restaurante “ahora elegir el vino es mas fácil, rápido y divertido, y no hay que olvidar que el iPad es un apoyo a mi trabajo como sumiller, pero sigo estando ahí para recomendar al cliente lo que necesite”.

Más info:

LA CUINA RESTAURANT

www.lacuinarestaurant.es

Tel. 962 387 762

digital signage



Instalación de RPS Audiovisuales en Euroforum, en San Lorenzo de El Escorial. En el patio principal se han instalado dos "videowalls" de 5 x 3 pantallas cada uno

Intercontinental Madrid, ejemplo a seguir



Con el fin de ofrecer a los clientes un valor añadido en la prestación de sus servicios, el hotel Intercontinental

de Madrid utiliza la solución PosterDigital ofrecida por la empresa Tecnológica. Se trata de una solución integrada de cartelería digital inteligente, sencilla y económica, que permite al usuario administrar desde cualquier lugar los distintos tipos de contenidos que quiere mostrar en sus pantallas, gestionar en qué momento y en qué pantallas aparece cada contenido y automatizar muchas de las tareas necesarias para mantener el contenido actualizado, reduciendo así el trabajo necesario para administrar el sistema. El éxito de la solución planteada radica en la facilidad de uso para el personal del hotel y la reproducción de información de utilidad para los clientes: noticias de última hora, información meteorológica, eventos, etc. Los emplazamientos seleccionados para las pantallas han sido la recepción, los salones y ascensores. Además, las pantallas de información se integran a la perfección con el entorno de uno de los hoteles emblemáticos de Madrid.

TECNILÓGICA

Tel. 913 594 789 www.tecnologica.com | Ref. 006 en el BSL

La plataforma Onelan y el ejemplo de Euroforum

Juan Manuel Vegas, de la firma RPS Audiovisuales, habló en TotalMedia sobre la plataforma inglesa Onelan, que progresivamente va aumentando las prestaciones que más se ajustan a las instalaciones de hostelería.

"Nuestra propuesta va más allá de los menús digitales", explica. "Podemos utilizar la integración de bases de datos en nuestra gestión remota, de manera que desde un archivo Excel, al cambiar un plato o un precio, se actualizaría de forma instantánea en toda la red de establecimientos de esa marca". También destaca otra forma de presentar a los clientes las sugerencias de cocina, con la proyección en pantallas transparentes o translúcidas utilizándolas para la separación de espacios. "Ideas que, además de facilitar la información que necesitamos comunicar, sirven de elementos decorativos que nos distancian de otros establecimientos similares", afirma Vegas.

Como otros sistemas de "digital signage", Onelan gestiona contenido multimedia y multizona, con transparencia variable por capas, lo que posibilita una creatividad capaz de atraer y persuadir a los clientes.

Un mando a distancia permite al usuario el cambio de contenido como vídeos y canales de TV o radio. También permite el control del volumen y del canal de TV, y el cambio de contenido dentro de una o varias zonas de la pantalla, lo que es muy útil para su uso en habitaciones de hoteles y salones comunes.

Onelan editará en breve un Libro Blanco sobre Menús Digitales, que se podrá descargar en español desde la web de RPS Audiovisuales, la empresa distribuidora de Onelan para España y Portugal.

Últimas tecnologías en Euroforum

Recientemente RPS Audiovisuales ha recibido el Premio Bronce a la Mejor Instalación del año por el desarrollo realizado en Euroforum, en San Lorenzo de El Escorial.

Se trata de un centro de formación pero con los servicios propios de un hotel: alojamiento y restauración.

En la recepción se ha ubicado una pantalla que da la bienvenida a los recién llegados. En el patio principal se han instalado dos "videowalls" de 5 x 3 pantallas cada uno (es decir, 15 pantallas unidas), que le imprimen un aire del siglo XXI a un edificio que fue proyectado a finales del siglo XVIII como residencia de los infantes Francisco de Paula y Carlos María Isidro, hijos de Carlos IV.

Además de los distintos contenidos informativos que continuamente están emitiendo estos dos videowalls, pueden retransmitir por streaming y en tiempo real una conferencia o clase magistral que se esté realizando en cualquiera de las salas del centro.

RPS AUDIOVISUALES

Tel. 916 666 351

info@rpsaudiovisuales.com