

Por qué digital signage: ventajas respecto a la publicidad tradicional

de [Anna Jané](#)

El digital signage ha demostrado su versatilidad, su capacidad de fidelización del cliente y la facilidad de instalación, uso y actualización del sistema y su contenido. Como parte de la estrategia de comunicación y promoción de un producto o marca la señalización digital persigue el mismo objetivo: **generar nuevos deseos y necesidades** en los consumidores para convertirlos en compradores.

Entonces, ¿qué diferencia el digital signage de las formas de publicidad tradicional? Que éste debe generar un valor tal que **la experiencia de compra sea mejor** de lo que hubiera sido sin su presencia.

En consecuencia, al diseñar una campaña de señalización digital **debería considerarse el contexto personal** en el que se encontrarán los espectadores cuando vean el mensaje. Analizar el perfil de quién consumirá la publicidad, y adaptar no solo el contenido sino también la forma, el horario de emisión y las posibilidades de interacción con otros canales.



Además, para el sector retail **la cartelería digital es sinónimo de oportunidad**: mejora la experiencia del cliente y pone a disposición del minorista diferentes canales para llegar hasta él.



Aunque cada campaña se distinguirá por características propias, es una opinión generalizada que aquellas que fomentan **la participación del comprador con el dispositivos digital signage y con las redes sociales generan una experiencia más personalizada**, con mayor éxito en los resultados obtenidos.

Por otro lado, cuando tratamos los canales que los comerciantes tienen a disposición para conectar con los posibles clientes es interesante entender los dispositivos móviles, como smartphones y tabletas, como **complementarios con el digital signage** y entre sí: son ventanillas abiertas en todo momento que pueden convertir una oportunidad de compra en una transacción real.

Fuente: <http://blogdigitalsignage.com>