



emoción

дигитална медия в
автосалони

Съдържание

Въведение

Основни
приоритети

3

Цели
на медията

Стратегията е нужна от самото начало

Използването на най-новите съвременни технологии позволява конструирането на уникални решения с различни нива на сложност, високо качество на излъчваното съдържание и гъвкави възможности за управление и настройки.

4

Маркетинг и реклама

5

Крайни устройства

6

Предимства

7

Въведение

Основни приоритети

Покупката на автомобил обикновено е важно събитие за болшинството съвременни хора и може да бъде сравнено с ритуал, който като правило е свързан с продължително проучване и внимателен избор.

Конкурентно предимство за всеки автосалон е всичко да бъде на най-високо ниво – представените модели автомобили, обслужването, цялостната атмосфера и визия.

Ако вашият бизнес е в сферата на търговията с автомобили или имате автосервиз, то сред основните ви приоритети е да създадете свой атрактивен професионален имидж, да привлечете клиенти, ефективно да рекламирате марките, които предлагате или ремонтирате, както и да поддържате активни и ефективни взаимоотношения с клиентите.



Цели на медията

Стратегията е нужна от самото начало

Използването на най-новите съвременни технологии при решенията за дигитална медия, позволяват конструирането на уникални решения с различни нива на сложност, най-високо качество на излъчваното съдържание и гъвкави възможности за управление и настройки, съобразно потребностите на всеки индивидуален клиент. За всеки проект техническото оборудване може да бъде подбрано и комбинирано оптимално с цел да се реализират в максимална степен предимствата на динамичната рекламно-информационна система на дигиталната медия.



конструирани
на уникални решения
с различни нива
на сложност



най-високо качество
на излъчваното
съдържание

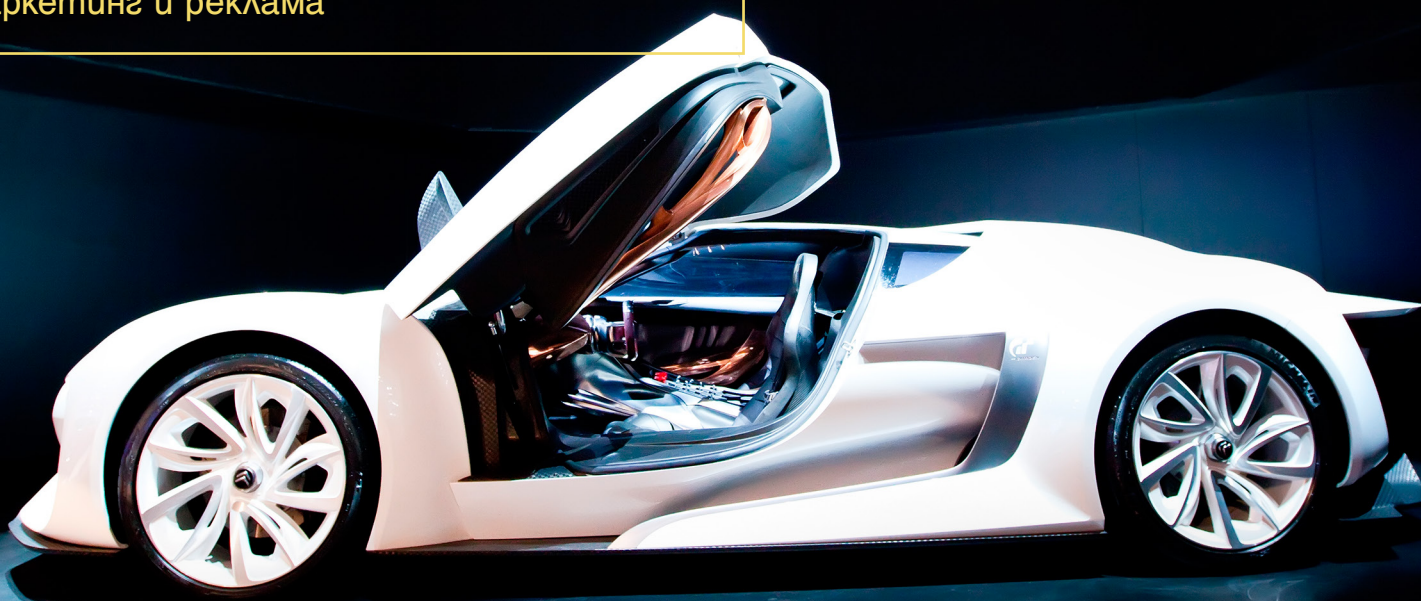


гъвкави възможности
за управление
и настройки



подходящо подбрано
техническо оборудване

Маркетинг и реклама



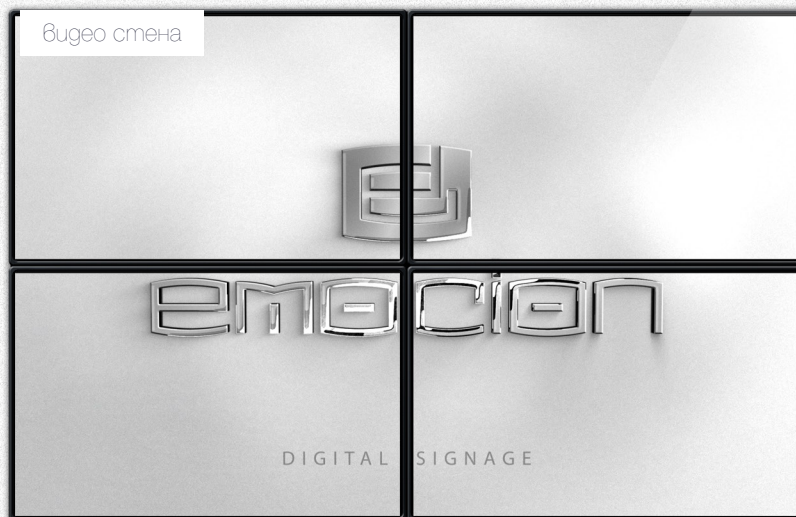
В последните години на търговците на автомобили – официални вносители и оторизирани дилъри, както и на представителите от всички други отрасли в търговията, им се налага да се борят за увеличаване на ръста на продажбите в условията на много ниската потребителска активност. Менеджърите в автомобилния бизнес също търсят варианти да оптимизират маркетинговата си стратегия и да защитят направените инвестиции в реклама чрез увеличаване на оборота и печалбите.

Обемът на разходите за маркетинг и реклама, обикновено са значителна част от общите разходи на всяка търговска фирма. Възможността да се намалят тези разходи в дългосрочен план и едновременно с това да се разшири обхвата на целевата аудитория е един от най-съществените аргументи в полза на дигиталната медия в автосалоните.

Крайни устройства

С помощта на система от различни крайни устройства като дисплеи, киоски, с високо качество и модерна визия, може да бъде създаден наистина уникален, ултра-модерен и футуристичен дизайн. Инсталирането на комбинация от различни по предназначение, размери и начин на употреба устройства на дигиталната медия – видеостени, различни по размери екрани, сензорни дисплеи или информационни киоски, таблети - и тяхното функционално разположение в различните сектори на автосалона, дава възможност да се спести време, рационално да се организира обслужването на клиентите и посетителите, както и да се постигнат специални визуални ефекти.

Приятната атмосфера и професионално аранжираното пространство са отлично средство за максимално ефективно въздействие. Повишава се удовлетворението на посетителите от обслужването, а също и от по-добрите възможности за достъп до необходимата и изчерпателна информация.



презентационен таблет

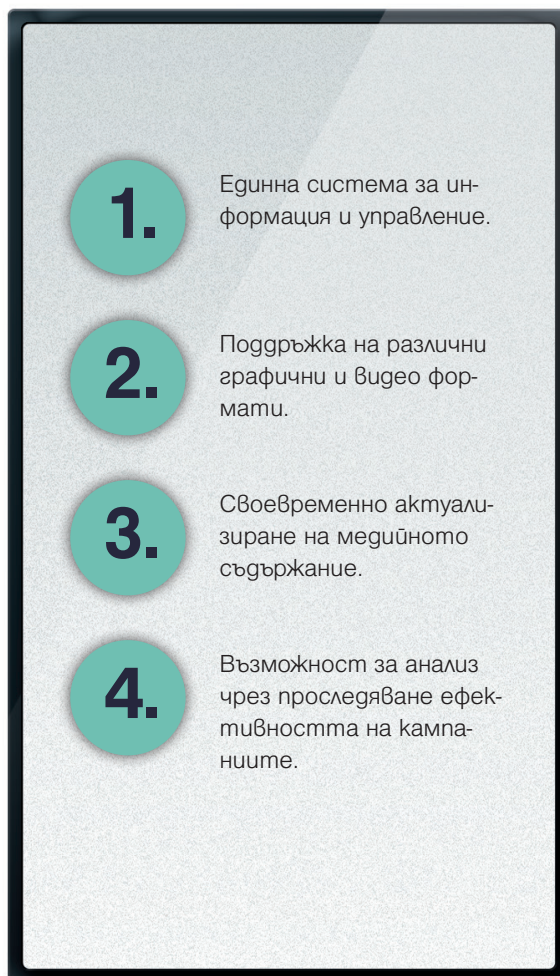


информационен екран



Предимства

1. Единна система за излъчване на информация с един център за управление и мониторинг.
2. Поддръжка на най-разпространените графични и видео формати.
3. Възможност за бързо и своевременно актуализиране, редактиране и допълване на медийното съдържание.
4. Дигиталната медия осигурява и инструментите за непосредствено проследяване и измерване ефективността и въздействието на рекламните кампании, с което се превръща в уникално средство за бизнес анализ. Така излъчваното медийно съдържание се адаптира и актуализира съобразно конкретната аудитория, времевия период и ситуацията на пазара.



1. Единна система за информация и управление.
2. Поддръжка на различни графични и видео формати.
3. Своевременно актуализиране на медийното съдържание.
4. Възможност за анализ чрез проследяване ефективността на кампаниите.

Ние сме тук, защото
Вашият бизнес
е от значение за нас.

Контакти

Всичко което искате да споделите
по темата можете да изпратите на:
е-mail: sales@risk.bg

Офис и шоурум

България, София 1138
бул. „Самоковско шосе“ №2А
Търговски център „Бола“

тел.: (+359 2) 9175 423
факс: (+359 2) 9175 433
е-mail: office@risk.bg

Търговски отгел

тел.: (+359 2) 9175 424-427
тел.: (+359 2) 9175 434-437
е-mail: sales@risk.bg

Счетоводство

тел.: (+359 2) 9175 428
е-mail: accounting@risk.bg