

Theme

店頭販促の新型ツール「デジタル仕切りPOP」

“仕切りPOP”と“電子POP”の良いところ取りをした店頭販促のご紹介です。

Point

- 貴社向けカスタマイズ可能な新しい販促サイネージ
- **商品隠さず**、突き出し両面モニターで遠方からのアイキャッチを獲得
- コンテンツの工夫で**カテゴリー活性化**、**クロスセルの提案が可能**
- 機材に加え、**店頭CMコンテンツ**、**設置ラウンダーの提案も可能**

01.Fact|売り場の現状と課題

●紙製の仕切りPOP



遠くから視認できるが
アイキャッチの弱さも
否めない

静的な訴求である

●一般的な棚前電子POP

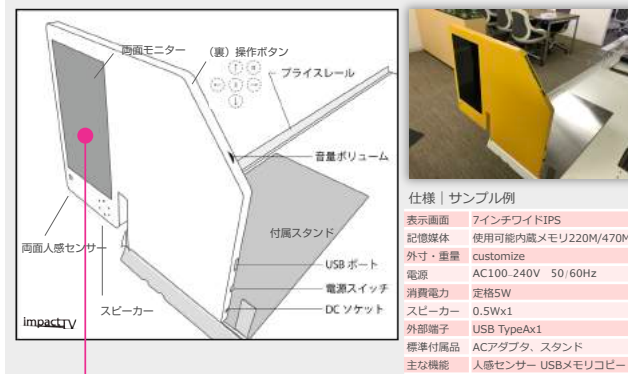


映像・音声は効果的だが
訴求面が正面を向くため
遠くから知覚しづらい

商品一部が隠れる

02.Solution|対応

“仕切りPOP”を両面サイネージへ



デジタルサイネージだから強化できる動的コンテンツ例

カテゴリー活性化

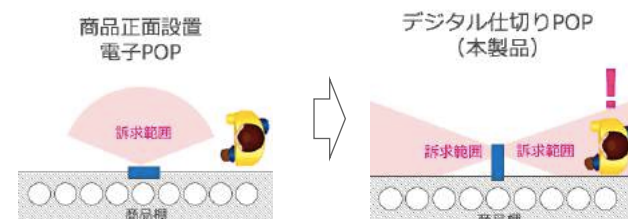
クロスセル

サイト誘導

流通に喜ばれる

キャンペーン連動

●本製品の訴求範囲



03.Result|期待できる効果

「カテゴリー遠方」から、音と映像による注意喚起



「人が近づくタイミング」で、コンテンツの頭出し



おつまみなどクロス訴求で
流通対策も

- 音と映像で目立つ
- 商品を邪魔しない
- 動画で訴求できる

※ 冷蔵棚での活用を対象とした開発もご相談ください。