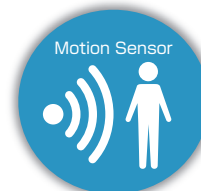


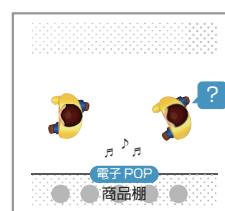
人感センサーでアピールチャンスを逃さない

人の動きに合わせたコンテンツの頭出しが可能な人感センサー機能を実装



人感センサー機能

人の棚前通過検知※でコンテンツの頭出し(切り替え)が可能

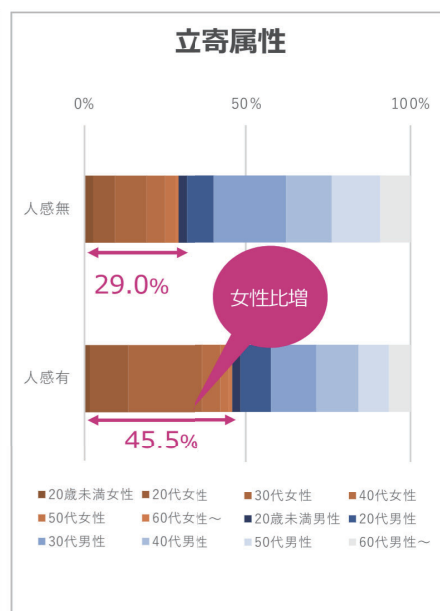
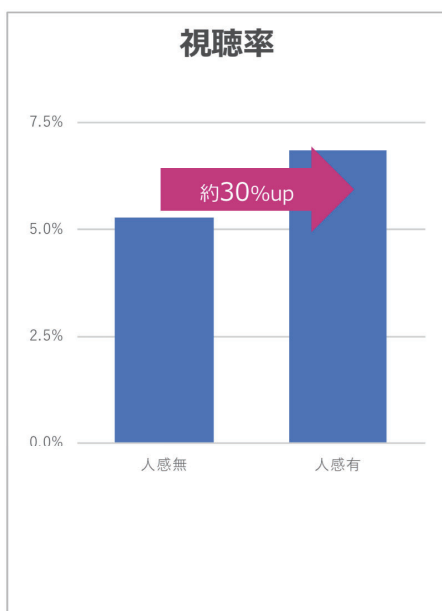


※検知範囲 (あくまでも目安です)

検知範囲は液晶画面に向かって垂直線を基準に左右35度の範囲内で、且つセンサーからの距離が5m (±1mの誤差あり)。右上図の「扇状」のエリアに侵入すると、人感センサーが人を検出したものとして動作します。

人感センサー効果

一般的に売場を回遊する消費者はわずか0.2秒で商品目前を通過するといわれており、この一瞬で消費者へ強くアピールすることができるか否かが視認率・購買率向上の鍵となります。



●検証場所: 首都圏ドラッグストア ●検証商品: PB目薬 ●検証期間: 2019年7月~9月 ●検証方法: 「通行検知による再生開始(人感有)」と「ループ再生時(人感無)」のフィールドトラッキングデータを比較 ●フィールドトラッキングデータは、商品目前に設置したImpactTVのデジタルサイネージ(AD7CS)のセンシングシステムによって収集

≫ 人感センサーコンテンツパターン

A. カテゴリー訴求型

特定の製品の訴求だけでなく、カテゴリー全体を盛り上げます。



B. オリジナルソング型

耳に残るメロディとリズムでブランドイメージ認知率を向上させます。



C. 有名人呼び止め型

知名度の高い有名人の呼び止めで、アイキャッチ効果を向上します。



D. 店員出演型

店員さんのおすすめ、という形式でローコストながらオリジナリティを出せます。



E. 呼びかけ強化型

店頭限定ならではのキャッチーな呼び止め映像でニーズを掘り起こします。



F. 近接再生型

人感センサー機能を使用して、目の前に来たときだけコンテンツ再生。



≫ 事例

「ストレスフリーで海外でも国内と同じ展開を実現



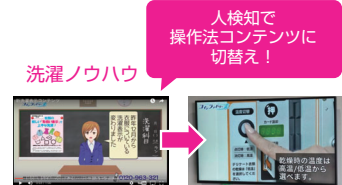
- ✓ 国内で効果があったため、海外現地でも展開したい
- ✓ 人感センサーと連動して呼び止め効果を最大化するよう再編集
- ✓ 手法の新鮮さに加え、呼びかけコンテンツも足止めに効果を上げている

海外のドラッグチェーンでも、人感センサーと連動して呼びかける訴求が奏功し、来店客の足を止めています。



ご担当者様

「デジタル化で店内をシンプルスマートに



店内をシンプルスマートにできて満足しています。今回初めての導入でしたが、今後の新規出店でも導入していきたいです。



ご担当者様

≫ ラインナップ (人感センサー機能付き)

PISTA						たてナビ	
BASIC/BA シリーズ		ADVANCE/AD シリーズ		S7 シリーズ		たてナビ	たてナビ PISTA
impactTV						メディアプレイヤー	
4VB	5VA	7VA	10VA	14RS	19VB	SC1	S6
SlimPOP					音声 POP		
SlimPOP4WBS	デジタル仕切り POP4 インチ	SlimPOP7WBS	デジタル仕切り POP7 インチ	VoiceMini EX	VoiceFlash EX	VoiceThin	

jinkan_20191111