

EL LED Y SUS OPORTUNIDADES

**VENTAJAS Y POSIBILIDADES DE LAS
PANTALLAS DIGITALES DE GRAN FORMATO EN
LA PUBLICIDAD OUTDOOR**

NOVIEMBRE 2010

DYNADSYS

INTRODUCCIÓN: ¿PORQUÉ EL LED?



INTRODUCCIÓN: ¿PORQUÉ EL LED?

- LA TECNOLOGÍA LED ES LA UNICA QUE GARANTIZA ALTA VISIBILIDAD A PLENA LUZ DEL DIA



INTRODUCCIÓN: ¿PORQUÉ EL LED?

- ASIMISMO ES LA UNICA CAPAZ DE ALCANZAR FORMATOS DE TAMAÑO ILIMITADOS



LED DIGITAL OUTDOOR VENTAJAS

1.- COMERCIALES

2.- OPERATIVAS

3.- ECOLOGICAS Y MEDIOAMBIENTALES

1.- VENTAJAS COMERCIALES

PERSONALIZACION

- **Capacidad de personalizar los mensajes:**
 - Momento temporal y lugar de emisión (noche/mañanas/franjas horarias determinadas/una o varias ubicaciones)
 - Circunstancias ambientales (lluvia/calor o frío)
 - Circunstancias de tránsito (atascos y retenciones)
 - Promocionales (a determinada hora/lugar)

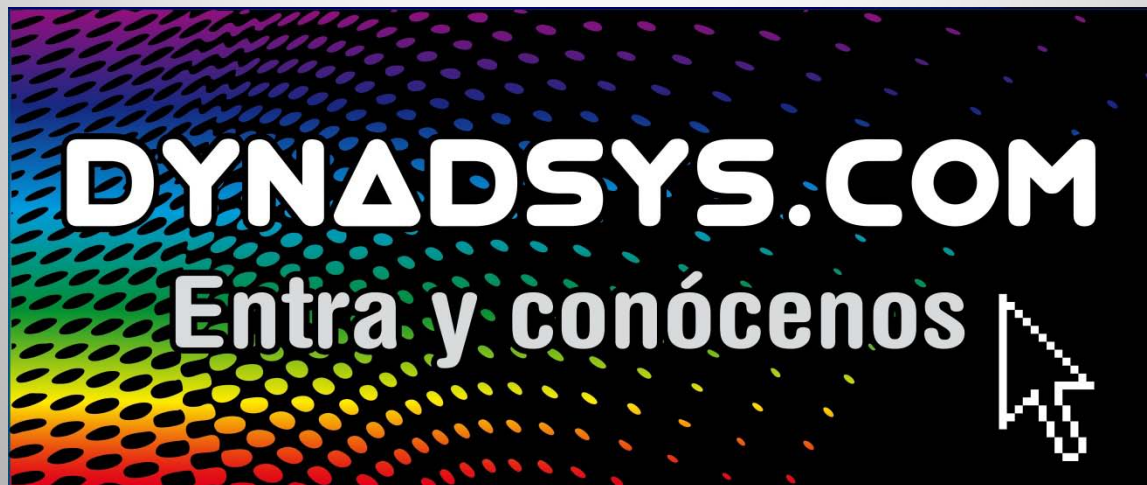
**DESCUENTOS DEL 30%
POR NAVIDAD.**



1.- VENTAJAS COMERCIALES

INCREMENTO DE NOTORIEDAD

- **Alta atracción del soporte:**
 - Nueva tecnología con capacidades de cambios de luminosidad y colores
 - Capacidad de atracción muy elevada en el intercambio de anuncios



1.- VENTAJAS COMERCIALES

INCREMENTO DEL VALOR DEL IMPACTO

- **Integración tecnologías:**
 - Las tecnologías actualmente disponibles e integrables con los sistemas digitales permiten la interactividad con las audiencias. Con autorización del receptor, se pueden interconectar mediante *wi-fi* o *bluetooth* a sus móviles para descargas de contenidos, participación en sorteos, etc
 - La capacidad de integrar tecnologías complementarias sin incurrir en nuevos costes de infraestructura e instalación aumentan el valor de la ubicación y contribuyen a aumentar la personalización de la publicidad emitida.

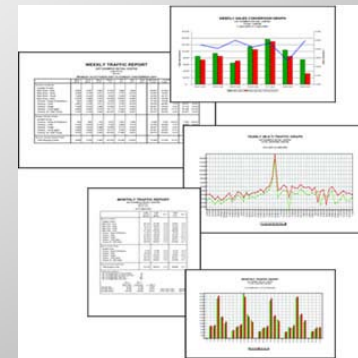


1.- VENTAJAS COMERCIALES

CONOCIMIENTO E INFORMACION

Obtención de métricas reales:

- Una de las principales demandas de los anunciantes en soportes *outdoor* hace referencia a la necesidad de métricas más exactas para la justificación de su inversión publicitaria.
- La posibilidad de integrar sensores y contadores de vehículos o tráfico permite la medición exacta de impactos en cada momento.
- Adicionalmente, la disponibilidad de dicha información junto a la capacidad de modificar de forma inmediata los contenidos y/o duración de los spots, nos permite optimizar el rendimiento, maximizando el número de impactos o adecuando los mensajes a las diferentes situaciones.



2.- VENTAJAS OPERATIVAS

SISTEMAS DE INFORMACION AL CLIENTE

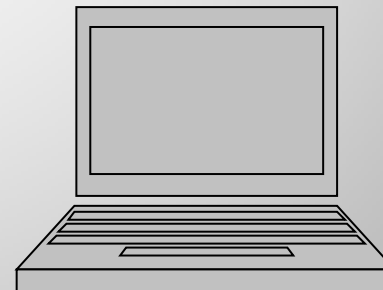
“Los anunciantes quieren saber cuando y quienes están viendo sus campañas “

- Los sistemas de gestión de contenidos permiten un conocimiento detallado de cuando y durante cuanto tiempo se exponen los diferentes anuncios.
- Mediante el software adecuado se generan informes que pueden ser personalizados para conocimiento y control por parte del cliente y sirven como base de facturación, descontando incidencias que hayan podido producirse.
- La introducción de tecnologías de medición on line, ofrece información más sofisticada que permite la aplicación de modelos de tarifa distintos.
- La capacidad de mostrar a los anunciantes unas métricas distintas a las hasta ahora utilizadas así como el conocimiento de parámetros como tráfico por horarios y ubicación, etc, enriquece de forma notable la información hasta ahora disponible en el sector de la publicidad exterior.

2.- VENTAJAS OPERATIVAS

CENTRALIZACION Y CONTROL DE PROCESOS

- Los sistemas de gestión de contenidos se realizan desde un solo centro de control. Ello conlleva las siguientes ventajas operativas:
 - Seguridad : Se impiden errores en la gestión de los soportes
 - Rapidez : Los cambios se aplican de forma inmediata
 - Integridad : Todas las ubicaciones reciben la misma información
- La centralización de la gestión permite asimismo un considerable ahorro de operativas de coordinación entre diferentes departamentos internos y externos (agencias, logística, etc.)



2.- VENTAJAS OPERATIVAS

REDUCCION DE TIEMPOS Y COSTES

- Los costes y tiempos de producción de los mensajes publicitarios a exponer prácticamente desaparecen con la nueva tecnología digital. Una conexión IP o un “pen drive” son suficientes para la inserción de un anuncio.
- No hay que realizar impresiones en papel con su problemática y costes asociados como pruebas de color, tiradas mínimas, consumo de papel, etc.
- Los formatos de archivo admitidos por las pantallas digitales son los habituales en el sector de las agencias de publicidad: AVI, MPEG, BMP, JPEG, GIF, DIVX, TEXT, hecho que facilita la rapidez en la emisión de campañas.
- La capacidad de reproducción inmediata abre un nuevo camino a la velocidad en la puesta en marcha, modificación o retirada de campañas.

2.- VENTAJAS OPERATIVAS

REDUCCION DE TIEMPOS Y COSTES

- Los soportes digitales no precisan de ningún tipo de operación física asociada al cambio de mensaje expuesto. Todos los importantes costes y estructura necesarios para ejecutar las sustituciones desaparecen.



- Asimismo al poderse efectuar cambios de forma ilimitada sin coste, se abren nuevas vías de comercialización atrayendo a nuevos anunciantes a los que la rigidez de periodos del soporte tradicional no les permitía estar presentes en este medio.



3.- VENTAJAS MEDIOAMBIENTALES

SOPORTES SIN GENERACION DE RESIDUOS

- Los soportes tradicionales iluminados, obligan al reemplazamiento de bombillas y fluorescentes o fuentes de neón con alto poder contaminante.
- Asimismo cada cambio de papel o soporte de plástico, vinilo, etc., genera desperdicios de forma continua así como el uso de colas y otros elementos contaminantes.
- Los componentes que conforman las pantallas digitales son reciclables al final de su vida útil (de 9 a 10 años) y no contienen elementos tóxicos o contaminantes

3.- VENTAJAS MEDIOAMBIENTALES

REDUCCION DE LA CONTAMINACIÓN LUMÍNICA

- La contaminación lumínica tiene como manifestación más evidente el aumento del brillo del cielo nocturno, por reflexión y difusión de la luz artificial en los gases y en las partículas del aire, de forma que se altera su calidad y condiciones naturales.
- Los sistemas basados en tecnología de Led, al poder dirigir el ángulo de emisión, evitan la emisión de luz directa hacia la atmósfera y se dirigen exclusivamente a las áreas donde deben ser visualizados.
- Los soportes publicitarios tradicionales emiten la luz en todas direcciones y los elementos de apantallamiento que en algún caso se utilizan son poco eficientes.



3.- VENTAJAS MEDIOAMBIENTALES

MAXIMA EFICIENCIA ENERGÉTICA



- El Led es un semiconductor que transforma la energía eléctrica en fotónica minimizando la emisión de energía calorífica. Para lograr una misma luminosidad, consume un 10% de lo que necesita una incandescente, aproximadamente la mitad del fluorescente o neón y un 80% de la fuente mas eficiente como es el vapor de sodio.
- Al diferencia de otras fuentes de luz, el Led permite apagados y encendidos inmediatos así como variaciones en su intensidad de emisión sin afectar a su durabilidad.
- Los sistemas con Led permiten la incorporación de autoreguladores de intensidad para adecuar la luminosidad no solamente al día y a la noche, sino a cualquier circunstancia intermedia ambiental (nublado, sol directo, ocaso y amanecer), logrando de este modo el mínimo consumo energético en cada momento.

**LAS PANTALLAS DIGITALES DE GRAN
FORMATO EN LA PUBLICIDAD OUTDOOR
son:**

Actual
**El soporte de ~~futuro~~ más flexible
en publicidad exterior**

Muchas gracias