

Las pantallas para cartelería digital de Philips, aliadas del comercio

Philips Professional Display Solutions tiene una completa oferta de pantallas para cartelería digital para el sector del comercio. La crisis sanitaria provocada por la covid-19 ha modificado su estrategia, pero ha sabido reaccionar aportando nuevas soluciones para ayudar al sector *retail* en este momento y apoyar el trabajo de su red de *partners*.

Philips Professional Display Solutions comenzó el año manteniendo la tendencia positiva del año pasado. Los dos primeros meses del año y hasta mediados de marzo, cuando estalló la pandemia de la covid-19, su negocio iba avanzando a buen ritmo, gracias a la apuesta que la compañía ha hecho por el mercado español que se ha traducido en un incremento de su equipo. Este refuerzo de su plantilla tiene por objetivo dar “mejor respuesta tanto a nuestro canal como a nuestros clientes, refor-

zando las áreas de marketing, de ventas y, por supuesto, de la gestión técnica”, subraya César Sanz, responsable del negocio de Philips PDS para España y Portugal.

Esta ampliación de su equipo le permitirá dar un impulso a su actividad en el terreno del *retail*, un sector que acapara una buena parte de su negocio. “El mercado hotelero, representa el 50 % del volumen de negocio de nuestra división, del otro 50 % en torno al 30 o 35 % corresponde a la cartelería digital”.

Rosa Martín



César Sanz,
responsable del negocio de Philips Professional
Display Solutions para España y Portugal

Este peso revela la importancia que tiene las pantallas para cartelera digital en el sector del comercio tanto para la compañía como para el mercado, que en los últimos años ha ido avanzando en la implantación de este tipo de soluciones, sobre todo por el interés de las grandes compañías multinacionales que encabezan la adopción de estos monitores de gran formato. El reto ahora, como señala Sanz, es que el pequeño comercio adopte estas soluciones, adaptando la oferta a sus necesidades. “Lo que más demanda el mercado son soluciones más básicas, sencillas, *plug&play*”, resalta.

Estrategia

Las pantallas para cartelera digital en el comercio aportan un valor añadido, ayudan al *retailer* a completar la experiencia que ofrecen al usuario y son un medio para que puedan modernizar la tienda física y competir en un entorno en el que crece el comercio *online*. “El comercio físico tiene que dar un valor aña-



dido y las pantallas ofrecen una mejor experiencia al usuario”, indica Sanz.

Para responder a esta necesidad, Philips está desarrollando una estrategia que tiene dos líneas: la mejora del *system on chip* que integran sus pantallas y el lanzamiento de nuevos pro-

ductos como su nueva gama de pantallas LED. Su *system on chip* (SoC) se basa en Android, lo que lo que marca la diferencia. “Optamos por el uso de Android hace muchos años porque es una plataforma abierta y amigable”, explica el directivo.

La amplia oferta de desarrollos basados en Android que se puede utilizar en sus pantallas es uno de sus rasgos diferenciales frente a otros proveedores que usan otros sistemas propietarios.

Nuevas necesidades

Dentro de su vocación de servicio al cliente y de dar respuesta a las nuevas necesidades que presenta el *retail* como fruto de la crisis de la covid-19 se encuentra su nueva apuesta: la solución PeopleCount. Esta solución se ha diseñado para el control de aforo en los comercios y es una herramienta que ayuda también al *retailer* a establecer una mejor comunicación con sus clientes. “Hay muchos establecimientos que, debido al tamaño tienen que controlar los aforos, y con nuestras pantallas pueden gestionar los aforos a través de un semáforo, a la vez que muestran publicidad, promociones e información del establecimiento”, apunta Sanz.



*“El pequeño comercio
demanda soluciones
sencillas y plug&play”*

PeopleCount ayuda a mantener el distanciamiento adecuado dentro de los establecimientos. Se basa en una solución *stand-alone*, situa-

da en la entrada del comercio, que utiliza una cámara de seguridad para contar las personas que pasan por ese punto. La cámara se integra con un sistema de semáforo en una pantalla LCD para indicar cuando es seguro entrar.

La solución aprovecha las ventajas de las pantallas Android SoC de Philips, lo que significa que no es necesario un reproductor multimedia externo. Y también permite mostrar otros mensajes para los clientes.

Además Philips PDS con sus diferentes gamas de monitores puede ayudar a resolver otros problemas asociados a la covid-19 en otros sectores. Según explica Sanz, al eliminar el papel para los menús en los restaurantes sus pantallas pueden servir para mostrar al cliente la información y establecer una comunicación visual.

Sin embargo, esta necesidad de eliminar el contacto está perjudicando a las soluciones táctiles, que hasta la crisis sanitaria sí que mantenían una demanda estable.

Canal y objetivos

Philips PDS, a la hora de llevar estos productos al mercado cuenta con un aliado, su red de distribución, que se ha convertido en una extensión de la compañía y le permite ofrecer un servicio óptimo a sus clientes. “El canal juega un papel fundamental”, recalca Sanz.

Siempre ha basado su estrategia de distribución en el canal tanto mayorista como de integración y en este momento su labor cobra mayor importancia “Dependemos de nuestro canal, que pone a nuestra disposición todas sus redes para llegar al usuario final”.

Para ayudar a su red de *partners* en este momento, además de ofrecerles soluciones para cubrir nuevas necesidades, está intensificando su apoyo con formación y herramientas de marketing. “Ante esta situación de desconcierto y desconocimiento hay que dar información y recursos al canal”.

El trabajo con sus socios del canal será constante para impulsar el negocio en los próxi-

“Las pantallas ofrecen una mejor experiencia al usuario en la tienda”

mos meses, tras el parón provocado por la crisis de la covid-19. A corto plazo, Philips PDS se centrará en los productos más demandados por la situación actual como las soluciones del control de aforo o las pantallas para máquinas expendedoras de mascarillas o geles sanitario. A medio plazo, tras el verano, sus planes pasan por recuperar la actividad habitual y satisfacer la demanda que se genere. “Ahora lo que prima son soluciones puntuales, para el momento en el que estamos. Tras el verano el mercado volverá a demandar soluciones más tradicionales y tenemos que estar preparados”, concluye Sanz.

Más información

PeopleCount



MÁS INFORMACIÓN



Soluciones LED



MÁS INFORMACIÓN

