

Nsign.tv quiere convertirse en el estándar de la industria del *digital signage*

Nsign.tv es una plataforma diseñada para que las marcas creen canales de comunicación en los espacios físicos con el fin de conectar con sus audiencias de manera segmentada y personalizada. Su reciente acuerdo con el fabricante de pantallas Iiyama y su apuesta por el canal especializado le acercan a la consecución de este objetivo.

Rosa Martín

El origen de Nsign.tv se encuentra en Netipbox Technologies, una empresa consultora e integradora de AV que presta servicio desde 2006. En 2018 lanzó su plataforma de software nsign.tv como un producto con entidad propia para licenciarlo a través de terceros. “Durante la pandemia aceleramos este proceso y creamos una división autónoma centrada en producto que ha supuesto la consolidación de nsign.tv como *spin*

off de la empresa matriz, con identidad y equipo propio y un objetivo claro de convertir nsign.tv en un estándar dentro de la industria. Ser como muchos ya nos llama ‘el Spotify’ de las pantallas”, explica Toni Viñals, CEO de Nsign.tv.

Al constituirse como una empresa indepen-



diente su relación con Netipbox ha pasado a ser igual que la que mantiene con otros *partners*. “Netipbox es uno de nuestros principales *partners* certificados en España. Su relación con nosotros, como la que mantenemos con todos nuestros *partners*, no es exclusiva”, indica el directivo.

Oportunidades de negocio y estrategia

El mercado mundial de la señalización digital está en pleno crecimiento como señalan los últimos estudios. El reporte de inteligencia de mercado IOTA producido por AVIXA indica que este año este mercado puede alcanzar un volumen de negocio de 32.000 millones de dólares y se espera que siga creciendo hasta alcanzar los 44.700 millones en 2026. En nuestro país también está

en pleno crecimiento y Nsign.tv está preparada para aprovechar esta oportunidad. Y aunque las mejores oportunidades se encuentran en el sector *retail*, la restauración, la distribución alimentaria, el sector corporativo, el entretenimiento, la sanidad y los hoteles, Viñals destaca que están surgien-



do aplicaciones en nuevos verticales. “La pandemia no ha hecho más que acelerar la transformación digital de muchos sectores y el *digital signage* aporta un enorme valor en todos aquellos procesos de la comuni-

Hechos relevantes

- En 2018 participó en la Spain Tech Center de apoyo a las empresas españolas que quieren implantarse en EE.UU.
- En 2019 abrió delegación en Miami e inició su negocio en México.
- En 2020 fue seleccionada entre más de 1.700 proyectos en la fase *Growth* de Lanzadera, la aceleradora e incubadora de Juan Roig (propietario de Mercadona). Recibió una ayuda del CDTI para el desarrollo de nuevas funcionalidades.
- Este año ha quedado finalista en dos categorías de los AV Awards de la industria audiovisual que se entregarán en 5 de noviembre en Londres.
- Ha sido nominada como “Pyme del Año” por el crecimiento de usuarios que ha tenido en el último año en más de 25 países. Y ha sido finalista en la categoría “Tecnología de *Digital Signage* del Año”.
- En su cartera de clientes figuran empresas de la talla de Ikea, Coca-Cola y la cadena mexicana de cines Cinépolis, la cuarta más grande del mundo en cuanto a número de salas y la segunda en términos de asistentes.

cación de los puntos físicos que pueden ser digitalizados o automatizados”.

Para aprovechar estas oportunidades la compañía está mejorando su plataforma para que los usuarios se centren en lo que

quieren comunicar y se olviden de los aspectos técnicos. Un ejemplo de esta estrategia es el desarrollo del nuevo concepto de plantillas inteligentes, las Applets, que actualizan y cambian el contenido de for-

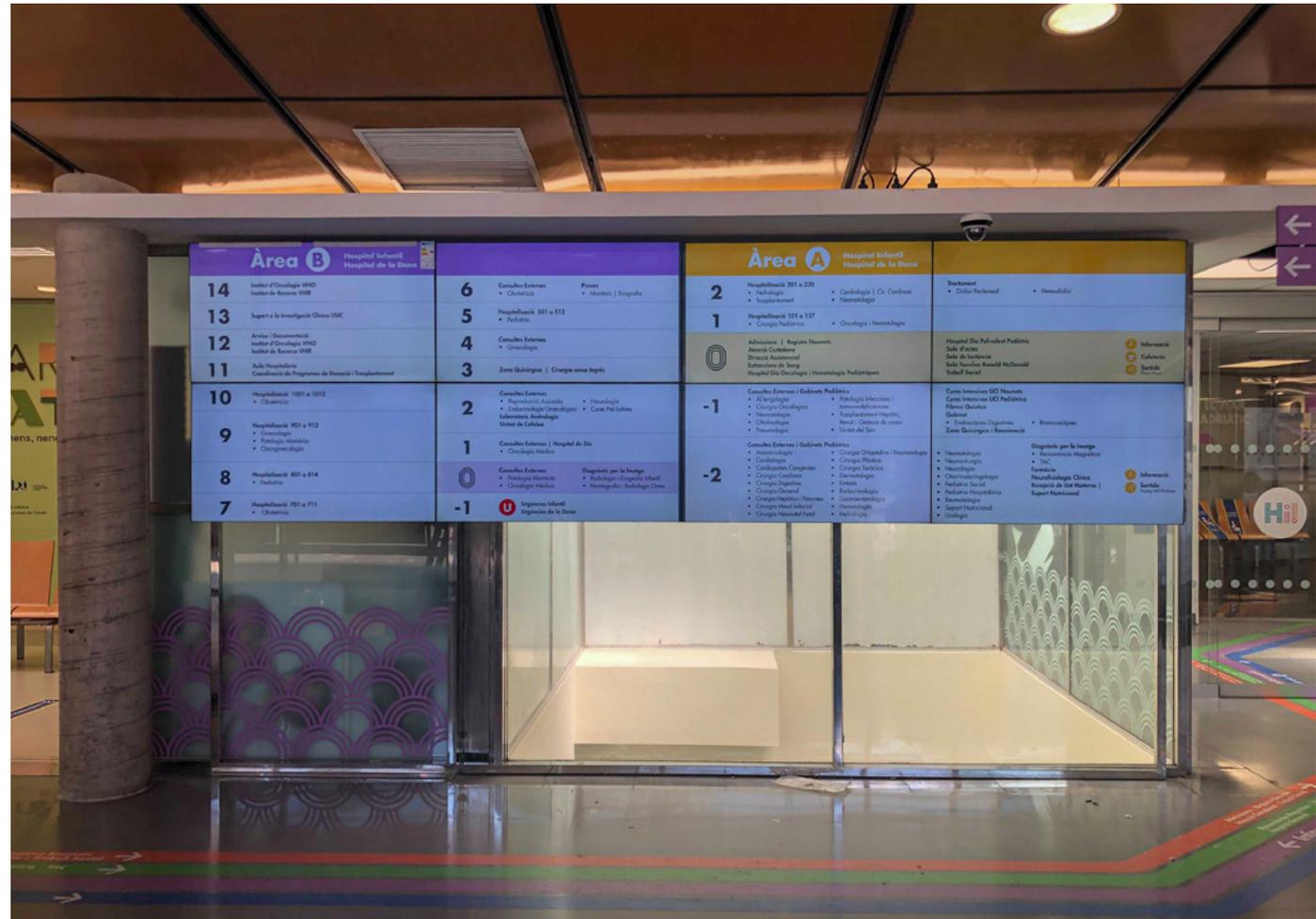
ma dinámica, ahorrando tiempo y costes de producción. “Se trata de microaplicaciones que se ejecutan desde la plataforma para cambiar y actualizar el contenido de forma automática desde una fuente externa y que ya utilizan nuestros usuarios más avanzados”, explica el directivo.

Alianzas y canal

Esta labor de innovación está unida al trabajo que lleva a cabo con su red de socios y a los acuerdos firmados con otros proveedores para extender su propuesta en el mercado. Dentro de esta actividad se encuentra el acuerdo firmado hace unos meses con el fabricante japonés de pantallas iiyama para integrar su plataforma en sus *displays* de *digital signage*. Esta alianza es un gran paso para la compañía, ya que le abre las puertas a todos los mercados en donde está presente este proveedor. “Estamos muy satisfechos del hito conseguido. Es una apuesta que

responde a las necesidades de democratización del mercado de *digital signage* con una solución potente, fiable, sencilla y escalable que no precisa servicio técnico para su con-

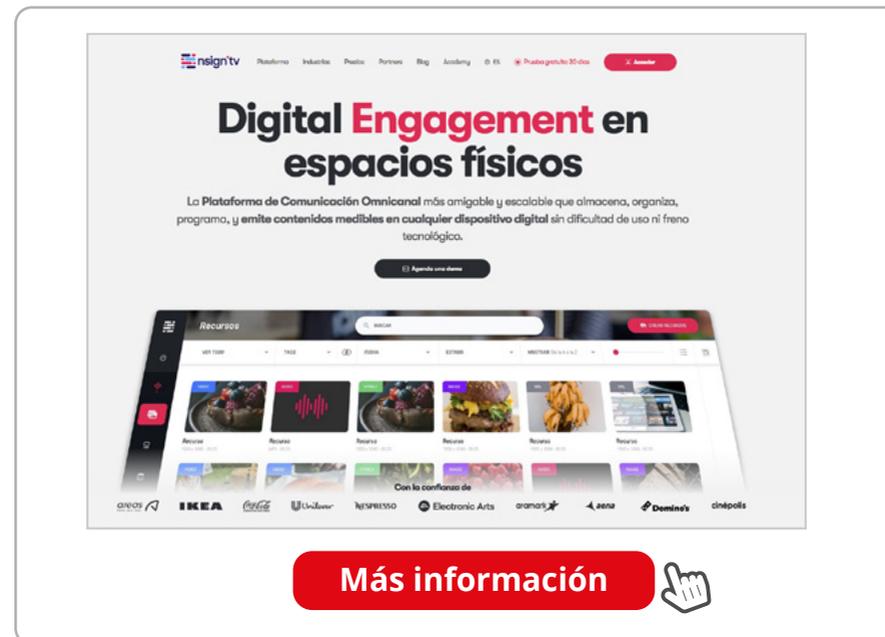
figuración y mantenimiento, que responde al interés de las dos compañías de ofrecer una propuesta de valor diferencial al mercado de la digitalización de los espacios físicos”.



La compañía, que espera que esta alianza impulse la cartelería digital en nuestro país, tiene previsto presentar esta nueva solución integrada en la próxima edición del BITAM Show, que se celebrará del 16 al 18 de noviembre en Madrid. Su objetivo es mostrar todos los beneficios de la solución. Además de eliminar la necesidad de reproductores externos, permite la división de la pantalla en múltiples zonas para aumentar su productividad o la vinculación de distintas pantallas de forma virtual para crear cualquier tipo de *videowall*, menú *board* o mega *banner* con efecto *wow*, sincronizando el contenido sin necesidad de ningún tipo de instalación o cableado adicional.

A la vez está impulsando el trabajo con sus *partners* del canal que es otro de los pilares de su estrategia, ya que todos sus productos se ven

Ofrece apoyo al canal en todo el proceso de venta desde el asesoramiento al cliente final hasta las integraciones



den a través de socios certificados, especializados y que aportan valor al cliente.

A estos socios les ofrece apoyo en todo el proceso de venta desde el asesoramiento al cliente final hasta las integraciones. Y les brinda otra serie de recursos recogidos en su programa de *partners* como comisiones atractivas, formaciones y certificaciones gratuitas, soporte individualizado y transparencia en todo el proceso comercial.

Según indica el responsable de Nsign.tv, su intención es consolidar su propuesta para liderar el mercado del *digital signage* en España y formar a toda su red de *partners* en el que "*nsigners*" para el desarrollo de todos sus proyectos de transformación digital. Para lograrlo acaba de lanzar la academia *online*, *nsign.Academy*, que permite obtener la información y la formación para conseguir esta certificación.