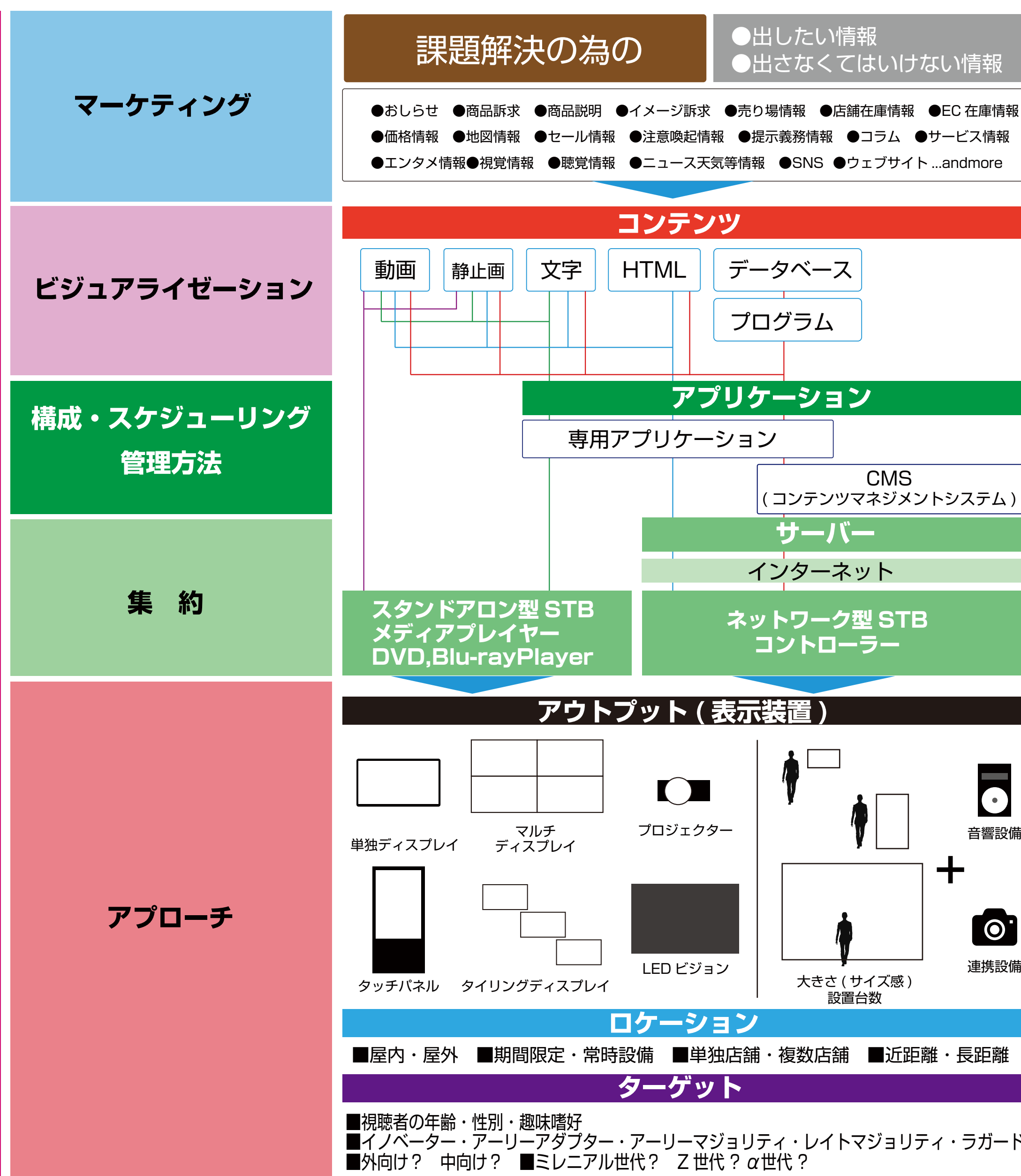


デジタルサイネージといふ言葉だけの範囲

デジタルサイネージを実行する上で、最低限やらなくてはならない範囲



- **どんな課題があるのか?**
集客なのか? 商品訴求・サービス訴求なのか? ブランディング訴求なのか?
コミュニケーションなのか? 拠点毎の課題なのか? 全体の課題なのか?
- **その課題解決のためにどんな情報資産を持っているか?**
皆さまがこれまで苦労して集めた、考えたマーケティング情報や情報資産等。
- **その情報はどんなターゲットに伝える・伝えたい情報なのか?**
新規顧客なのか? 既存客なのか? ピンポイントの客なのか?
- **そのターゲットに伝える為にどんなロケーションで見せるべきか?**
外向けなのか? 中向けなのか? 売り場なのか? 商品の前なのか? 全拠点共通制の有無?
拠点によって異なるのか? 不特定多数なのか? ピンポイントなのか?
- **その情報を伝えるためにどんなビジュアル化(コンテンツ)が最適なのか?**
動画なのか? 静止画なのか? リアルタイムに伝える必要があるのか?、ストーリー性なのか?
見た目重視なのか? 伝わる長さは? 音声のありなし?
- **そのロケーションでメッセージを届けるには、どんな表示方法が最適か?**
ディスプレイなのか? プロジェクターなのか? LEDビジョンなのか? 見る人との距離関係は?
見る人が見やすい方向は? コンテンツを伝えるために最適な大きさは? 明るさは? 画質は?
インパクトがあるか? ないか? 設置方法や構成は? 他に機能や仕掛けは必要か?
- **これらの運用に最適なアプリケーションや管理方法はどれが最適か?**
誰が管理するか? (コンテンツ配信・スケジュール・最適化など)、
ネットワーク配信型なのか? USBスタンドアロン型なのか? データベース連携が必要か?
セキュリティポリシーは? (Windows or Android?) ハードウェアの保守や継続性は?