

VISUELT HOS MCDONALD



SLAGKRAFTIG MEDIUM: McDonald's på Majorstua i Oslo har fått opp to skjermer og restauranteier Pål Christian Riis håper å få et variert program som vil lokke flere inn i restauranten. Her sitter han sammen med Peter Bjerkeseth fra Open Human Digital AS.

McDONALD'S

PSI Systems AS inngikk i august en rammeavtale med McDonald's Norge AS om leveranser av den digitale kommunikasjonsløsningen MyTV-media. Avtalen gjelder for tre år og intensjonen er at alle 70 restauranter skal ha skjermer i sine lokaler.

McDonalds har i et par år vært på jakt etter en løsning for å kunne bruke skjermer som informasjons- og underholdningskanal. 10-12 restauranter har allerede montert dette, med ulike leverandører. Nå når avtalen med PSI er i boks vil disse konverteres for å ha samme programvare i bunn.

Enkle i bruk

Programvaren MyTV-media er utviklet i samarbeide mellom PSI Systems AS og datterselskapet Open Human Digital AS.

- Når det gjelder i forhold til plakat så er budskapet på et helt annet nivå, langt mer slagkraftig, sier Peter Bjerkeseth, daglig leder i OHD AS.

Hva som ruller over skjermene vil styres fra hovedkontoret.

- Det er mange muligheter. Når dette først er etablert kan en person, gjerne i markedsavdelingen, styre dette enkelt alene, forteller han.

Ulike bruksområder

McDonald's på Majorstua i Oslo har i første omgang fått opp to skjermer, men vil vurdere muligheten for å sette opp flere, for eksempel i vinduene. Restauranteier Pål Christian Riis forteller at de har sett for seg en rekke muligheter for skjermene. De kan brukes for

å vise ulike menyer og tilbud avhengig av tidspunkt på dagen. En annen ide kan være å ha live streaming av TV, for eksempel av fotballkamper. Han forteller at det etter hvert også vil bli naturlig å samarbeide med aktører i nabolaget, som for eksempel teater, kino eller t-bane.

- Det er mye kjappere å snu om med skjermer, sier han.

Restauranteieren forteller at han har ventet på skjermer i lang tid og er nå glad for at hele kjeden er med.

- Vi følger tiden og skjermene gir et mer moderne inntrykk. Vi vil underholde og TV-sendinger vil trekke folk.

Dyrt med plakater

OHD AS har drevet med løsninger for visuell kommunikasjon i ti år. De har to hovedprodukter, skjermer og informasjonskiosker. De har gjort i overkant av 1400 installasjoner, hovedsakelig innen retail. På kundelisten finner vi blant andre Verdens Gang, Musikkverket, Skeidar, Esthetique, Kiwi og Obs!.

Bjerkeseth tror kostnaden lett kan inntjenes, både i kronen og arbeidstid.

- Det er ikke dyrt. Det er en investering, men det er ikke gratis med papir- og plastplakater heller. Med skjermer slipper man kostnader til trykk og distribusjon, samt at man slipper å passe på at en butikkmedarbeider skal sørge for å henge opp plakaten på rett sted til rett tid. I tillegg får man en slagkraftig, moderne og fleksibel reklame- og kommunikasjonskanal.

Bjørnhild Kjarsvik
bjornhild@kjedemagasinet.no

FAGERHULT

LampGustaf



Sync. MT 35-70W.
Skinsmemortert armatur
Spotlight for melarhogen
Mastensklare Ette.
Vindbar 360° og stillbar opp.
Spotlighten leveres
med ferdigmontert lyskåbe.
Fargeløst kan
leveres som tilbehør.

Sync. Köpslustframkallare nr. 3

Se nøye på nærbilde av armaturen. Dette fordi du normalt ikke ser den, men varene den lyser opp. Det er det, som er selgende lys. Lys som fremhever produkter, gir kontraster og skaper stemning.

Du kan se den i vårt showroom eller i Nord-Europas eneste Light Experience Center i Bollebygd. Et rom der man virkelig kan oppleve og kjenne effekten av forskjellige lyssetninger.

Velkommen til oss og opplev våre köpslustframkallare.



Vi tenker lys på fire ulike måter; Skinnemortert, Innfelt, Fritt og Kunnskap
www.lampgustaf.se
- et firma i Fagerhult gruppen.
Tlf: +47 22 06 55 00
www.fagerhult.no