

Spotkanie PDSA – nowy rok, nowe wyzwania

W dniu 6 stycznia br. odbyło się w Warszawie pierwsze w tym roku spotkanie członków branżowego stowarzyszenia Polish Digital Signage Association. W trakcie zjazdu przedstawiono dotychczasowe efekty prac oraz inicjatywy poszczególnych zespołów, odpowiedzialnych z ramienia stowarzyszenia za promowanie technologii Digital Signage, wypracowanie spójnej metodologii oraz edukację rynku w Polsce.

W PDSA, do realizacji wyżej wymienionych celów, powołano sześć sztabów: Grupę Standaryzacji pojęć i definicji, Grupę Badawczą oraz Grupy do spraw: rozwoju systemów informacyjnych DS, edukacji rynku, jakości kontentu, a także opracowania pakietu korzyści członkowskich.

Ustalono, że głównym zadaniem zespołu ds. standaryzacji pojęć i definicji, w skład którego wchodzi eksperci z dziedziny Digital Signage, teoretycy sektora komunikacji wizualnej oraz praktycy bezpośrednio działający na rynku, jest przygotowanie i promowanie przejrzystych informacji, na temat pojęć i terminologii związanych z sektorem DS. Ma to ułatwić komunikację między podmiotami tworzącymi ten

rynek, a odbiorcami systemów Digital Signage. Podsumowaniem pierwszego etapu działań tej grupy będzie wydanie szeroko promowanej, specjalistycznej encyklopedii o Digital Signage. Zadaniem sztabu zajmującego się edukacją rynku będzie poszukiwanie grup docelowych zainteresowanych nośnikami DS - zarówno od strony reklamowej, jak i informacyjnej. Przede wszystkim komunikowani będą właściciele brandów, domów mediowych, obiektów handlowych oraz użyteczności publicznej. Ważnym elementem działań tej grupy będzie również aktywizacja rynku marketerów. Dla tego sektora planuje się zorganizowanie specjalnego spotkania połączonego z warsztatami, które pozwoli na lepsze poznanie technologii DS.

Zespół zajmujący się rozwojem systemów informacyjnych DS skupi się natomiast na skutecznym zainteresowaniu członkostwem w PDSA osób oraz instytucji, które nie są bezpośrednio związane z rynkiem reklamowym, ale są lub będą zainteresowane stworzeniem systemów informacyjnych DS (muzea, urzędy, sądy). Grupa zobowiązała się do przygotowania ewidencji case studies obrazujących wdrożenia DS w poszcze-

gólnych sektorach oraz opracowania materiałów informacyjnych. Natomiast ofertę marketingową dla potencjalnych członków PDSA realizuje wyznaczona do tego grupa ds. opracowania pakietu korzyści członkowskich.

Działania pozostałych zespołów wspierać merytorycznie będzie Grupa ds. kontentu. Zespół ten w najbliższym czasie przygotowuje także opracowanie dotyczące prawnych aspektów emisji różnego rodzaju treści na nośnikach DS. Polish Digital Signage Association to platforma porozumienia głównych firm branży Digital Signage w Polsce, wspieranych przez międzynarodowe instytucje związane z rynkiem dynamicznej komunikacji marketingowej. PDSA skupia wokół siebie firmy działające w sektorze cyfrowego przekazu reklamowego i informacyjnego, którym zależy na rozwoju branży w Polsce, wymianie doświadczeń i opracowaniu spójnych standardów. W ramach swojej działalności PDSA współpracuje z wieloma specjalistami branży reklamowej, badawczej i nowych technologii. Główne cele statutowe realizowane przez stowarzyszenie to: edukowanie rynku, integracja branży, organizacja szkoleń i warsztatów. ■

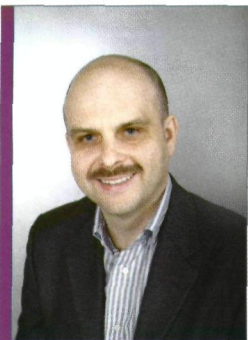
Członkowie wspierający



**Paulina Zyśk-Lisica, WP**

Przystąpiliśmy do PDSA z przekonaniem, że jest to projekt ciekawy i wart naszego zaangażowania. Dziś z satysfakcją możemy pochwalić się przynależnością do Stowarzyszenia – dynamicznej organizacji, z którą wspólnie budujemy rynek DS w Polsce, m.in. pracując nad promocją sieci narrocastingowych. Dzięki PDSA integrujemy środowisko i tworzymy najbardziej konkurencyjną ofertę na rynku.

Zapraszam kolejnych przedstawicieli rynku Digital Signage do członkostwa w PDSA. Zobaczycie jak można efektywnie i profesjonalnie pracować nad wspólnymi projektami, przynoszącymi obopólne korzyści.

**Piotr Lewandowski, PRN by Thomson**

Zapisał się do PDSA, bo chcemy mieć wpływ na tworzenie kształtu rynku DS w Polsce, przede wszystkim pod względem edukacji oraz badań. Obecnie w PDSA są już wszyscy główni uczestnicy rynku, w tym z najbardziej nas interesującego sektora instore TV.W chwili obecnej chcemy walczyć raczej o wielkość tortu niż o nasz w nim udział, dlatego wspólne wysiłki są dla nas tak ważne. Aktualnie prowadzone przez PDSA projekty zapowiadają się bardzo obiecująco, zwłaszcza w zakresie edukacji reklamodawców oraz stworzenia standardu badań. PRN ma doświadczenie, którym możemy się podzielić, zwłaszcza badaniami przeprowadzonymi PRN zarówno w Polsce jak i w USA oraz 15 letnim doświadczeniem, które doprowadziło nas do pozycji lidera na tym rynku

**Wojtek Grendziński, IMS**

Internet Media Services SA (IMS) od początku istnienia (2002) specjalizuje się w dziedzinie Nowych Mediów w Miejscu Sprzedaży. Współpracujemy z ponad 3200 obiektami handlowymi świadcząc usługi audiomarketingu (emisja programów muzycznych oraz reklam dźwiękowych), digital signage (systemy monitorów w galeriach, POS TV) i aromamarketingu (aromatyzowanie powierzchni handlowych).

Jako członek Zarządu PDSA gorąco zachęcam do wzięcia udziału w budowie polskiego rynku Digital Signage. Jest to niepowtarzalna okazja stworzenia środowiska biznesowego w mądry i dający szansę na zarabianie pieniędzy sposób. Grono fachowców jakich już dziś skupia PDSA gwarantuje wyznaczenie właściwych kierunków rozwoju Digital Signage - olbrzymiego potencjału „do wzięcia” na naszym nadal młodym polskim rynku.

Dołącz do twórców rynku – dołącz do Polish Digital Signage Association

**Bartłomiej Gawron, NARROWCASTING**

Firma NARROWCASTING Sp. z o.o. jest wiodącym integratorem kompleksowych rozwiązań Digital Signage oraz Self-Service Kiosk w Polsce. Nasza oferta oparta jest m.in. o profesjonalną technologię, usługi, konsultacje, wdrożenie, wsparcie techniczne oraz serwis. Zrealizowaliśmy projekty dla Canal+ Cyfrowy, ECCO Shoes, Colgate-Palmolive i innych.

Jesteśmy członkiem PDSA ponieważ od kilku lat sukcesywnie wpływamy na edukację i kształtowanie się rynku DOOH w Polsce. Wiemy, że spoczywa na nas odpowiedzialność za dynamiczny i prawidłowy rozwój rynku dlatego współpraca z PDSA jest dla nas bardzo istotna.

Moim zdaniem każda firma, która ma styczność z rynkiem DOOH powinna zostać członkiem PDSA z uwagi na duży potencjał biznesowy oraz społecznościowy tego przedsięwzięcia. ■

Członkowie zwyczajni

Marcin Boruta
Marek Czarnecki
Maciej Dziadowiec
Magda Glinka
Grzegorz Góralczyk
Wojciech Grendziński
Benita Jakubowicz
Karol Juszczyk
Adrian Klementowski

Katarzyna Kłopotocińska
Michał Kornacki
Marek Kluczewski
Miroslaw Lewandowski
Piotr Micorek
Michał Moszyński
Marcin Niewęglowski
Mariusz Orzechowski
Marcin Przyborowski

Łucja Reklewska
Mariusz Stachowiak
Michał Stanisławek
Rafał Śmierzyński
Rafał Tyborowski
Krzysztof Zaleski
Robert Załupski
Paulina Zyśk-Lisica
Leszek Chwiołka

Przemysław Czech
Jolanta Krogul
Dariusz Laskowski
Zbigniew Moździerski
Tomasz Niżnik
Katarzyna Pisarska
Piotr Pisarski
Mateusz Rochecki
Katarzyna Staniszweska

Bogusława Kukurowska
Justyna Rydzowska
Benita Jakubowska – Antonowicz
Łucja Reklewska
Krzysztof Zaleski
Adrian Klementowski
Marcin Przyborowski
Grzegorz Góralczyk